

136. Laura Patricia Naranjo Pulido

La cultura y el género: factores de influencia en la elección por la carrera de diseño textil y de indumentaria (2015)

Introducción

Esta investigación surge a partir de la observación continua en las aulas de clase de la carrera de Diseño Textil y de Indumentaria en la Universidad de Palermo, siendo notoria una mayor cantidad de estudiantes mujeres frente a los varones, siendo constante en la mayoría de las cátedras ofrecidas por la universidad.

En consecuencia, resulta interesante seleccionar el Diseño Textil y de Indumentaria, conocido también como Diseño de Modas en otras universidades como título de la carrera, porque en comparación a las otras carreras, como el Diseño Industrial, Gráfico, de Interiores o incluso Arquitectura, no presentan de igual forma una diferencia tan marcada en la cantidad de estudiantes de un solo género, siendo que hoy en día la inscripción a la universidad está abierta para ambos géneros y en cualquier campo.

La construcción cultural de esta sociedad, en específico los conceptos que se desarrollan en términos de género con respecto a las labores culturalmente asignadas a la mujer y al varón, y los estereotipos sobre los varones que estudian esta carrera, ha generado una limitación social y por tanto un efecto de influencia en la elección y permanencia por parte de los estudiantes en la carrera de Diseño Textil y de Indumentaria.

Teniendo en cuenta que estos conceptos culturales se introducen de un modo normal en la sociedad, por medio de los padres, los amigos y los medios de comunicación, quienes contribuyen a la continuación de estos imaginarios, definiendo el desempeño y adaptación de los estudiantes en el entorno social y por tanto limitando la elección de carrera con base en los ideales que la sociedad tiene presente.

De esta forma, en el campo de la moda se ha dado protagonismo a la relación de la mujer con la indumentaria, además de considerarse a la costura como una labor tradicional propia de la mujer en el hogar, pero contradictoriamente la historia menciona que la profesión fue iniciada por los varones, siendo equitativo el desarrollo de grandes aportes como por ejemplo el diseño de la primera colección de diseño de autor elaborada por Charles Frederick Worth, o la innovación en cuanto a la vestimenta para la mujer propuesta por Coco Chanel durante la Primera Guerra Mundial.

Es por esto que, en una sociedad donde el varón es quien domina el campo laboral y a su vez se prioriza su desarrollo profesional, el trabajo y en consecuencia el salario que recibe la mujer es secundario. Con base en la teoría de género, se explica por qué el varón es culturalmente asociado a las labores de fuerza, creación y la protección de la sociedad, en lo referente a la esfera pública, de esta forma, en las sociedades modernas el varón se convierte en el principal sustento económico del hogar, mientras que, por otra parte, la mujer por su capacidad biológica es asociada a la reproducción y al cuidado de los hijos, y en consecuencia las labores dentro del hogar o de la esfera doméstica, considerando culturalmente que el trabajo que desempeña en la esfera pública es un ingreso adicional, a la vez que limita su participación en ciertos campos, disminuyendo su crecimiento profesional y sus condiciones laborales.

Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación N° 65



ISSN: 1668-0227

Maestría en Diseño
de la Universidad de
Palermo [Catálogo de
Tesis. 5ª Edición.
Ciclo 2014-2015]

Año XVIII, Diciembre 2017, Buenos
Aires, Argentina | 236 páginas

[descargar PDF](#)

[ver índice de la publicación](#)

[Ver todos los libros de la publicación](#)

[compartir en Facebook](#)



Esta obra está bajo una [Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional](#)

A partir de esto, inició el interés por estudiar los factores culturales que influyen la elección de los estudiantes por la carrera de Diseño Textil y de Indumentaria en Buenos Aires, con el fin de analizar la relación entre las creencias culturales y el interés de los estudiantes por las temáticas dentro de la carrera, tomando como punto de referencia los estudiantes de la Universidad de Palermo debido a su gran reconocimiento académico en el área del Diseño.

La publicidad que desarrolla la Universidad de Palermo en centros comerciales, vallas publicitarias, banners en internet, comerciales de televisión e incluso las reuniones informativas tanto en Buenos Aires como en otras ciudades capitales de Latinoamérica, cumple con el objetivo de convocar estudiantes a la vez que extiende su reconocimiento en el ámbito educativo y desarrolla oportunidades laborales para sus estudiantes.

Es por esto que estudiar la influencia de la mujer que se interesa por el Diseño de Indumentaria, a través de los medios de comunicación y la cultura visual globalizada, permitirá comprender cómo las definiciones sociales en épocas específicas han formado imaginarios culturales que afectan la posición de la mujer dentro de una determinada profesión, además de la influencia por parte de la industria del estilo que realiza constantemente un juicio moral sobre el cómo se es y el cómo se debería ser (Sabsay, 2009, p. ,76).

El movimiento feminista en Argentina y los estudios en torno a la mujer (Garone, 2003, Pérez, 2006, Zarza, 2001, De Felice, 2009, López, 2005), han señalado que las diseñadoras de indumentaria se interesan por obtener el reconocimiento de su profesión más allá de ser una tarea propia del rol de la mujer en el hogar, una idea construida desde el ámbito doméstico que no ha resultado fácil de cambiar, en especial cuando se intenta incursionar en el mundo laboral, intentando fomentar un concepto del Diseño de Indumentaria más como un proceso creativo para la concepción de una prenda que una labor de manufactura. (Pérez, 2006, p. 78).

Objetivos

En este marco, el presente trabajo de investigación tiene como objetivo general: estudiar la influencia de la construcción cultural de la mujer en la elección de las estudiantes por la carrera de Diseño Textil y de Indumentaria en la Universidad de Palermo, abordando la temática desde tres perspectivas clave: el diseño textil y de indumentaria como profesión, la construcción de la mujer y su asociación con la moda, y la universidad como institución educativa para los nuevos profesionales.

Objetivos específicos

Los objetivos específicos proponen identificar los actores sociales, los imaginarios y los escenarios que influenciaron la elección de los estudiantes por el Diseño Textil y de Indumentaria; analizar desde la perspectiva de los estudiantes, las temáticas y los medios que incentivaron el interés por los temas relacionados con la moda y la producción de indumentaria; explorar la proyección del campo de acción propuesta por la universidad respecto a las expectativas laborales de las estudiantes en la industria de la moda y la situación actual de los diseñadores en el campo profesional; e identificar los conceptos socioculturales y de género presentes en la formación de los estudiantes que motivaron la elección de la carrera en el campo de la moda.

Hipótesis

En consecuencia, esta investigación postula la siguiente hipótesis: La relación cultural de las mujeres con la moda y la construcción socio-cultural de la profesión, aumenta la elección de las mujeres por la carrera de Diseño Textil y de Indumentaria en la universidad de Palermo (2015).

En este sentido, para responder a la sustentación de esta hipótesis esta investigación se estructura en cuatro capítulos. El primero aborda la profesión del Diseño Textil y de Indumentaria desde el diseño, las tendencias y la historia, de tal forma que genera un recorrido desde lo general hasta lo específico. De esta forma se analizan las diferentes posturas frente a la profesión, y la diferencia entre el Diseño de Moda, el Diseño de Indumentaria y el Diseño Textil, además de describir su afinidad con otras disciplinas que generan nuevas profesiones y que en el campo de la moda complementan el trabajo de los Diseñadores.

El segundo capítulo examina la construcción cultural de la mujer desde la sociología y la antropología, describiendo las labores tradicionales del hogar asignadas a la mujer en la sociedad. Esta investigación aborda la relación de estos roles tradicionales con la costura y la moda, siendo este último, el medio en el que se generan los estereotipos sobre el comportamiento y el desempeño de la mujer a nivel laboral en la industria de la indumentaria, de este modo relaciona aspectos referentes a las construcciones de género en la mujer y en el varón interesados por la carrera de Diseño Textil y de Indumentaria.

Por otra parte, se hace un recorrido histórico del desempeño de la mujer, y del logro por parte del movimiento feminista para el ingreso de la mujer en la universidad y en el entorno laboral, desde la mano de obra de las fábricas hasta las grandes diseñadoras creadoras de tendencias.

En el tercer capítulo se plantea desde un aspecto general el sistema educativo universitario de Buenos Aires, planificado por el Estado, con el objetivo de introducir a las políticas, normas y posturas que las universidades deben tener con respecto a las carreras. Asimismo, diferenciar la educación pública y privada y sus principales características.

Por lo que desde un aspecto más específico se plantea el funcionamiento de la Universidad de Palermo como institución educativa, describir las características de la facultad, específicamente la metodología de enseñanza y la estructura curricular para la carrera de Diseño Textil y de Indumentaria. En este punto es importante hacer énfasis en el contenido de las materias con el objetivo de fundamentar si existe influencia en los proyectos de clase que encaminen la carrera de Diseño Textil y de Indumentaria hacia un perfil laboral específico. Finalmente,

en el cuarto capítulo se desarrolla la metodología de investigación, basando el estudio en los perfiles de los estudiantes sobresalientes, esto como muestra del interés profesional de estos estudiantes para ser exitosos en el medio laboral que les espera, teniendo en cuenta además la diversidad cultural, debido a que una parte de los estudiantes son extranjeros. Aquí se pretende desde el trabajo de campo comprobar lo postulado en la hipótesis y por tanto sustentar el desarrollo de esta investigación.

Periodización

Esta investigación recorre desde el año de 1988 hasta el 2015, periodo en que Buenos Aires se convirtió en una ciudad interesada por la formación de diseñadores con iniciativa e ideas de innovación en la industria del textil y de indumentaria, además de que se funda la primera carrera de Diseño de Indumentaria y Textil, permitiendo profesionalizar el oficio de la costura, una profesión que presenta variedad de conceptos socioculturales y en términos de género para los estudiantes que cursan esta carrera, la cual ha tenido gran éxito, al celebrar anualmente el FashionWeek, evento de gran importancia para los diseñadores locales quienes se benefician con el reconocimiento de su trabajo a nivel nacional e internacional.

Línea temática

El problema planteado en esta investigación se ubica principalmente en la Línea Temática Nuevos Profesionales, debido a que el enfoque del proyecto es el estudio de la influencia cultural sobre la decisión de las estudiantes en la carrera de Diseño Textil y de indumentaria, así mismo sobre la proyección laboral y la metodología de aprendizaje empleada en una carrera de grado. Los resultados de esta investigación aportarán conocimientos desde la cultura y el estudio del género, explicando cómo las concepciones culturales en la labor de la mujer se convierten en un factor que influencia la elección de los estudiantes en el diseño y la moda; en lo académico propone una reflexión sobre el cómo lograr una inclusión equitativa por parte de los estudiantes dentro de la carrera.

Estado del arte

Dentro de los estudios consultados para esta investigación, y detalladas a continuación, se evidencia que el rol de la mujer ha estado opacado por la desigualdad de género en ciertas labores, incluso en el campo del diseño. A través del tiempo, la participación de la mujer en el campo educativo y laboral ha sido cada vez más equitativa, por lo que resulta interesante observar que en la carrera de Diseño Textil y de Indumentaria se presente una mayoría de estudiantes de un género más que de otro, en una carrera que es de libre inscripción. En consecuencia, la percepción que tiene la sociedad sobre la costura y labores del hogar asociadas a la mujer, mantiene los prejuicios sobre la participación equitativa de los géneros, y como resultado se generan estereotipos respecto a las labores en la industria de la moda, sin tener en cuenta que la realidad es diferente, y que en el Diseño Textil y de Indumentaria la participación de las mujeres y los varones es igualmente válida, de hecho en el ámbito laboral existe una participación mayor a la supuesta por parte de los hombres en las marcas de alta costura a nivel mundial.

Según Marina Garone (2003), esta situación no necesariamente debe generar competencia entre géneros, sino plantear el justo reconocimiento de las mujeres y los varones a través del trabajo que han realizado en las diferentes disciplinas del Diseño. En lo que respecta al enfoque histórico de la mujer, sostiene que en los años 1960 varios factores como la desigualdad estuvieron presentes en el terreno social, económico, político y legal, con lo cual se produjeron estereotipos en relación a las habilidades y capacidades del género femenino. Luego, en la década 1980 con influencia de movimientos feministas, se impulsaron políticas de todo tipo para equilibrar estos desbalances incluyendo la equidad de acceso e incorporación de la mujer en ámbitos laborales y educativos. Asimismo, el estudio explica que la participación académica de las mujeres en las universidades, presenta un aumento significativo en las carreras de Diseño, siendo el más alto para el Diseño Textil y de Indumentaria sobre el Gráfico y el Industrial (Garone, 2003).

Sin embargo, las egresadas del área de diseño presentan una situación no muy diferente, respecto a las egresadas de otras carreras en el aspecto laboral; los cambios en las organizaciones de trabajo, la flexibilización laboral y la fragmentación de los procesos productivos, han impactado en la división sexual del trabajo, en consecuencia las condiciones laborales de las mujeres trabajadoras quedan en desventaja frente a las de los varones. En este contexto, las políticas laborales fortalecen la idea de que el trabajo que realizan las mujeres es secundario y de que su salario es complementario al ingreso familiar (Garone, 2003).

En este contexto se toma como referencia tres estudios realizados en países hispanohablantes. El primero, desarrollado por el Instituto de la Mujer en Madrid (2001), este estudio compara las áreas en las que la mujer y el varón se destacan a nivel educativo, desde los estudios primarios hasta los universitarios, destacando que el 61,11% del alumnado inscrito en las artes aplicadas y los oficios artísticos en el grado superior entre 1998 y 1999 son mujeres.

En relación a lo anterior, el estudio describe que la mayor participación por parte de las mujeres se encuentra en oficios como los tejidos, murales, grabado, encuadernación, cerámica, diseño o bordado y encajes, a diferencia de los varones los cuales estudian en su mayoría la forja artística, ebanistería y diseño industrial. En otras áreas como la talla de madera, diseño gráfico, dibujo publicitario o delineación artística la participación es equitativa. Sin embargo, el incremento de las mujeres inscritas en ciertas ramas se debe a que estos oficios han sido desempeñados tradicionalmente por mujeres como es el caso del Diseño de Indumentaria, Bordados y Encajes, Esmaltes Artísticos y Diseño de Interiores (Grañeras et al, 2001).

En otro sentido, la investigación realizada por Juan Antonio Chamorro (2004), determina que la formación de un profesional en Diseño está influenciada además por la percepción y el análisis del entorno que habita, convirtiéndose en un fuerte referente de imágenes mentales que contribuirán en el futuro al desarrollo de nuevos Diseños. Por ello es importante que los diseñadores no sólo se encuentren en su entorno regular sino que exploren otras posibilidades. Parte de la función de los educadores es incentivar a la exploración de nuevos entornos y con ello a desarrollar nuevas actividades para incrementar el conocimiento en cada futuro profesional.

Por otro lado, la investigación realizada en México por Abel Pérez Ruiz (2006) estudia un grupo de mujeres diseñadoras de indumentaria. Para ello toma dos enfoques de la carrera: el Diseño Artesanal y el Diseño Técnico, analizando la labor de trabajadoras que oscilan entre los 32 y los 38 años. El interés de este estudio se centra en presentar la actividad productiva de estas mujeres en función de sus significados y prácticas, para demostrar que a través de sus conocimientos, habilidades, destrezas experiencias y comportamientos estas profesiones son más que sólo el ejercicio rutinario de hacer cortes y trazos. En relación a lo anterior, la investigación de Pérez (2006) discute que las diseñadoras luchan por el reconocimiento de su profesión más allá de ser parte de su rol como mujeres, una idea construida desde un ámbito doméstico tradicional y que no resulta fácil de modificar cuando se lleva al mercado laboral, debido a que se compara con el trabajo realizado por las costureras. En consecuencia, las diseñadoras tratan de mostrar la práctica del Diseño como lo que en realidad es, una frontera de identidad y un proceso creativo para la concepción de una prenda, dando así otra perspectiva al mundo de la moda.

Es por esto que los resultados de la investigación de los enfoques del Diseño Artesanal y Técnico, permitieron ver la manera en que las diseñadoras despliegan una serie de prácticas con contenidos simbólicos específicos en función a sus espacios de interacción; en ambos procesos existe una absorción de referentes exteriores, imágenes arquetípicas que sirven de guía para el desarrollo de los modelos. Sin embargo la creatividad no se reduce al qué hacen y cómo lo hacen, sino que implica un cómo lo sienten y cómo lo viven, convirtiéndolo en una introspección especial e íntima, para descubrir cómo se ve a sí misma y a los demás, esta forma de creatividad sirve como elemento para justificar el desenvolvimiento dentro de la confección de ropa (Pérez, 2006).

Es por esto que en el área académica, el desarrollo de los proyectos estudiantiles es evaluado principalmente por la capacidad de desarrollo de conceptos expuestos en las aulas de clase, teniendo en cuenta que la producción de las mujeres y los hombres es diferente. De esta forma Céspedes (2009) complementa al exponer que indiferentemente de la disciplina del Diseño y sus particularidades, se deben tener en cuenta los criterios de evaluación como conocimientos adquiridos a través de la práctica. A este concepto en acción lo llama competencia. Esta es una combinación dinámica de atributos en relación a conocimientos, habilidades, actitudes y responsabilidades que describen los resultados del aprendizaje de un programa educativo o a lo que los alumnos son capaces de demostrar al final del proceso. Por otra parte, la investigación desarrollada por Martha Zarza (2001) expone que las habilidades de cada género en relación al campo del Diseño Industrial están determinadas por estereotipos, tanto para la mujer como para el varón, por lo que se considera que las mujeres tienen un mejor desempeño en labores relacionadas con el cuerpo y lo decorativo, siendo importante esta habilidad en el diseño de interiores, joyas, bordados y tejidos. De esta forma considera el hecho de que según el género se asignan habilidades específicas que determinan las capacidades dentro del diseño.

El factor que considera Zarza (2001) importante dentro de su investigación es la formación de los diseñadores en una sociedad patriarcal aparentemente natural e inalterable, lo que en consecuencia ha demostrado históricamente que se destaca en mayor medida el trabajo de los varones sobre el de las mujeres en el diseño. En este sentido, la separación de labores por género ha desencadenado una relación estereotípica de la mujer con las habilidades en ciertos campos del diseño, principalmente en materias relacionadas con la moda y el área textil, sin embargo, generar consciencia respecto a esta situación expone Zarza (2001) podría disminuir las creencias sociales y fomentar la participación equitativa por parte de ambos géneros en todas las áreas de diseño.

Sin embargo, la presencia mayoritaria de mujeres en unas pocas áreas es señal de que los estereotipos de género aún están presentes en el campo laboral, no solo del diseño, por lo que en otros campos se segmenta de igual forma el trabajo tanto para las mujeres, en oficios relacionados con la docencia y la enfermería, como para los varones, en la ingeniería, medicina y el sector automotriz entre otros (Zarza, 2001). Por lo que respecta al Diseño Industrial, los espacios laborales se encuentran dominados por varones lo que limita el ascenso de las diseñadoras mujeres al mismo nivel de los varones, siendo la causa principal que la creencia que las mujeres son más sensibles y emotivas, respecto a los varones los cuales son más racionales y, en consecuencia, se le asignan proyectos a fines a estas características, clasificando a las mujeres en proyectos para el hogar, la cocina y los niños. Por otra parte, la comunicación vista desde la teoría de género y entendida como una cadena de transmisión de valores, creencias, formas de sentir y actuar, permite la creación de símbolos que representan la identidad de cada individuo en la sociedad. Como es el caso en Argentina, Andrea De Felice (2009) expone como la representación social de la mujer en los medios de comunicación reproducen, refuerzan o cuestionan posiciones sexistas, lo cual al estar en el entorno diario de las personas se establece como una temática legítima y aparentemente natural.

En consecuencia se desarrolla una gran influencia a través de los medios en la imagen de la mujer sobre la sociedad. De Felice (2009) describe que la publicidad es su principal canal, en dónde se muestra a la mujer en diferentes roles, desde madres obsesionadas por la limpieza, siempre dulces y responsables del bienestar de

sus hijos; mujeres jóvenes, trabajadoras en actitud seductora y con una apariencia femenina; o mujeres mayores con el ideal de encontrar en productos de belleza la juventud eterna. En comparación, los varones son resaltados con atributos de fortaleza, poder y determinación, mostrándolos seguros y exitosos, hábiles en las finanzas, en la tecnología o automovilismo, entre otros.

De esta forma, el contenido de la publicidad genera estereotipos, tanto para la mujer como para el varón, los cuales son empleados como referentes socioculturales, dando paso al cambio en el campo semántico y en categorías que redefinen la representación de los géneros. Sin embargo, estos estereotipos al no tener un sustento biológico obtienen la característica de ser socialmente modificables, por lo que a través del tiempo pueden ir cambiando y adaptarse a nuevos conceptos de diferentes grupos sociales (De Felice, 2009). La comunicación en las revistas, específicamente para mujeres, muestra que independientemente de la temática la construcción discursiva es similar, de esta forma según De Felice (2009) este contenido afecta directamente a las mujeres inseguras, las que necesitan ser aconsejadas en temas personales, familiares o del hogar, e incluso para integrarse al mundo laboral. En consecuencia, sólo muestra una imagen positiva e idealista de la mujer, a través del consumo de productos de belleza y del hogar que facilitan las tareas domésticas, por lo que al final distraen la atención de las situaciones reales de desigualdad o discriminación en contra de la mujer.

Es por esto que definir el estereotipo como una imagen o idea aceptada sobre un grupo y que según De Felice (2009) se convierte en "una concepción simplificada que somete a un patrón de símbolos y valores que anula la individualidad de todo grupo social" (p. 72). De esta manera, los estereotipos se convierten en creencias y juicios de valor sobre las personas, o los roles de género, siendo la publicidad quien refuerza de manera natural la diferenciación de género construida a través de la historia.

Esta situación genera la necesidad de sensibilizar a los nuevos profesionales en el área con el objetivo de fomentar la producción de publicidad no sexista. A la vez que en el público se fomenta una demanda por un contenido, en donde la audiencia reconozca sus derechos. De este modo, De Felice (2001) propone una reflexión en cuanto al uso de la lingüística y la educación de los nuevos profesionales, los cuales serán capaces de pensar y reinterpretar nuevas formas de ver el mundo. Es por esto que los estereotipos de género son más comunes de lo que se piensa. La investigación desarrollada por Pilar López Díez (2005) basada en tres estudios sobre la representación de los niños y niñas en los programas de televisión, en la publicidad y los comics, determina que la imagen proyectada de las figuras femeninas está en un segundo plano respecto a la de los hombres. Según los resultados, a los hombres se los identificaba por ser en la mayoría de los casos la figura central, al mismo tiempo que se generaba una relación dicotómica entre el personaje masculino y el femenino, ya que sin éste no se pueden demostrar todas las capacidades y características asignadas al hombre, en el cual se estarían dando atributos al personaje femenino relacionadas con la belleza y la feminidad.

Otras características presentes en el estereotipo de las niñas en las publicidades se evidencia cuando se las muestra en forma sumisa, representando el papel de ama de casa rodeada de objetos para el hogar o de belleza, las voces que acompañan estas escenas suelen ser femeninas, mientras que las publicidades dirigidas a los niños están compuestas por juguetes de acción, automóviles, de construcción o de ciencia, y son narradas por voces masculinas y acompañadas por efectos visuales. Por otra parte, en año 2001, en Buenos Aires miles de estudiantes deciden inscribirse en carreras de diseño, sin embargo la crisis económica presentada desde los años de 1990 en la ciudad, hizo que la inserción de futuros egresados al mundo laboral se convirtiera en una labor compleja. Esta situación se expone en la investigación desarrollada por Paula Miguel (2009) cuyo principal objeto de estudio son los profesionales de la carrera de Diseño de Indumentaria y Textil de la Universidad de Buenos Aires, egresados entre el periodo del año 2000 y 2005 que decidieron trabajar de manera independiente. La inserción de nuevos estudiantes en esta carrera del Diseño se vio influenciada por eventos como la semana de la moda BAF Week y el surgimiento de espacios como los locales ubicados en el barrio Palermo fundados por los Diseñadores del Bajo, grupo de emprendedores independientes en las áreas de indumentaria, textil, industrial y mobiliaria, que por la crisis económica presentada en Buenos Aires, iniciaron una nueva oportunidad laboral influyendo en el enfoque de la ciudad hacia el Diseño.

El Anuario de Estadísticas Universitarias (2012) presentado por Departamento de Información Universitaria de la Secretaría de Políticas Universitarias (SPU), informa que en Buenos Aires en el 2012 se graduaron 1.401 estudiantes de la Universidad de Palermo, de los cuales el 63.3% eran mujeres y 32.7% hombres (p. 119). En cuanto a la cantidad de egresados de la rama de ciencias aplicadas, la cantidad de estudiantes en Arquitectura y Diseño fue de 579 entre hombres y mujeres (p. 129).

Por otro lado, el Informe Final realizado como Evaluación Externa sobre la Universidad de Palermo por la CONEAU (1999), explica la metodología que la Facultad de Diseño y Comunicación aplica en sus diferentes carreras, siendo la característica principal que los estudiantes dispongan de la variedad en los horarios de clase, previamente establecidos por la facultad, y además, pueden elegir materias electivas pertenecientes a otras carreras dentro de la misma facultad.

De acuerdo a lo anterior, el estudiante, además tiene la posibilidad de inscribirse en una carrera y utilizarla como base, para posteriormente continuar con otra y así obtener un título de mayor grado a la carrera inicial, en un tiempo menor al regular si se cursa por separado estas dos carreras. Por ejemplo, en el caso del área de moda, el estudiante que inicia en Producción de Moda, carrera de dos años, puede continuar los estudios y convertirse en Diseñador Textil y de Indumentaria, cursando otros dos años y medio adicionales, siendo esta última carrera, un programa que por separado requiere cuatro años de estudio y solo obtiene un título (Anexo 22).

A modo de conclusión, este estado de la cuestión genera un panorama de la temática, apoyándose en temas de género, educación y percepción cultural. Estas investigaciones discuten la construcción y la influencia de los

medios de comunicación respecto a la construcción cultural de la mujer. Por otra parte, el desempeño de la mujer en el diseño se ve limitado por estereotipos que clasifican sus habilidades en ciertas materias, relacionadas con la costura, la moda y lo textil, que se relacionan con los roles culturalmente asignados a cada género. Además, el entorno principalmente dominado por varones en distintas áreas, y una cultura de género normalizada por los medios de comunicación, ha generado una desigualdad en las condiciones laborales que favorecen en ciertos aspectos a los varones, como en el ingreso salarial o el ascenso laboral más rápido en comparación al de las mujeres. Por otro lado, a nivel educativo, se trabajan los temas sobre metodología para enseñar Diseño y de la manera en que la facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo se encuentra organizada para ofrecer la carrera de Diseño Textil y de Indumentaria. Pero en ninguno de estos estudios e investigaciones se refiere a los factores culturales que intervienen influencia sobre las mujeres y los varones que deciden cursar esta carrera en la ciudad de Buenos Aires, generando así una mayor participación por parte de las mujeres en el Diseño Textil y de Indumentaria más que en otras áreas del Diseño.

136. Laura Patricia Naranjo Pulido fue publicado de la página 154 a página163 en Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación N° 65