

quier cosa que no sea sistémica; entonces quedo en una limitación muy grave. Hay ciertas dimensiones de la experiencia que solo se puede explicar con una mirada sistémica. Pero hay otros aspectos para los cuales se requiere una mirada analítica.

Algo muy importante que nos queda como reflexión, es el evitar encasillarnos en una *categoría inamovible*; puesto que esto, a lo mejor nos limita en el momento de buscar soluciones o respuestas, aplicables a nuestra cotidianidad en un determinado contexto.

#### Notas

<sup>1</sup> Autores consultados: Feldman (1994), Myers (1995), entres otros.

<sup>2</sup> En un campo más extenso, podemos incluir la relación cuerpo mente.

<sup>3</sup> El *insigh* es un término que se considera de difícil traducción al español (Prieto, 1997) y casi siempre se traduce como intuición o perspicacia, y en muchas ocasiones no se traduce. El *insigh* es una capacidad para procesar la información de forma novedosa. Es un modelo nuevo de considerar algo, mediante el cual la persona siente como si se le hubiese ocurrido esa idea o "modo de considerar" de manera repentina y evoca una sensación de sorpresa (Sternberg, 1997).

<sup>4</sup> Diario el Clarín. *Diálogo con Humberto Maturana, un notable biólogo ciberneta, sobre la realidad y el conocimiento*. Domingo 28 de junio de 1992.

#### Bibliografía

- Ansoff, Igor. (1985). *La estrategia de la empresa*. Madrid: Ediciones Orbis, S.A.
- Bertalanffy, von. Ludwing. (1992). *Teoría General de los Sistemas*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Bruner, J. (1987). *Realidad mental y mundos posibles: los actos de la imaginación que dan sentido a la experiencia*. Barcelona: Gedisa.
- Diccionario General Ilustrado de la Lengua Española. (1986). Barcelona: Editorial Biblograf. S.A.
- Durán, Obdulio. (1994). *Metodología (Técnica de análisis de casos)*. Buenos Aires: Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales.
- Fiévet, G. (1992). *De la stratégie militaire à la stratégie d'entreprise*. París: Interéditions.
- Fischer, G. (1992). *Campos de Intervención en Psicología Social*. Madrid: Editorial Marcea.
- Morin, Edgar. (1993). *El método II (La Vida de la Vida)*. Madrid: Ediciones Cátedra, S.A.
- Myers, David (1995). *Psicología social*. México: Mc Graw Hill.
- Senge, Peter., et al. (1995). *La Quinta Disciplina en la practica*. Barcelona: Ediciones Juan Granica S.A.

## Política editorial Facultad de Diseño y Comunicación

Estela Pagani

La Facultad de Diseño y Comunicación lidera en los campos disciplinares de su incumbencia procesos creativos visibles en dinámicas continuas que le brindan un estilo pedagógico propio. El perfil institucional incluye como tópico la creación y sustentabilidad de una política editorial que desde los inicios canaliza los resultados de diferentes esferas de producción académica.

Observando en forma retrospectiva las publicaciones de la Facultad en el periodo analizado se puede organizar la producción en tres grandes momentos.

Una primera etapa de experiencias asistemáticas que ubica entre los años '93 y '98.

El corpus de publicaciones iniciales, registra a su vez, la intención de organizar la edición académica, de varias producciones, ensayos que marcan los horizontes de preocupación teórica y proyectual sobre los cuales en etapas sucesivas se consolidan las líneas de trabajo de la Facultad.

Conexo a estos emprendimientos iniciales, y de manera continua, la Facultad propone la implementación de la curricula por proyectos en las acciones de investigación, creación y producción. Este conjunto de producciones realizadas por el claustro de docentes y estudiantes, a la par del registro en diversos documentos de los contenidos jornadas, seminarios sobre la situación de la realidad de los diseños y las comunicaciones aplicadas. La trayectoria está configurada por abordajes epistémicos, metodológicos y empíricos, que a manera de esquemas interpretativos plurales y disímiles procuran explicitar e integrar el alcance de las disciplinas y los modos de configuración de las mismas. Estas producciones son el origen y preludio de una política editorial sistemática dirigida a públicos internos y externos a la Facultad. Producciones que configuran un segundo momento de lanzamiento y sostenimiento de la periodicidad de las producciones editoriales.

A comienzos del año 2005 se completó el diseño de la política editorial de la Facultad, que canaliza y difunde en forma organizada y sistemática su producción, sumado a la continuidad lograda en el período anterior, se agrega la consolidación del Comité Editorial, la creación de los Comités de Arbitraje, la puesta en marcha del actual Programa de Publicaciones.

Durante 2006 se realizó la apertura de una nueva línea periódica Actas en Diseño que acompaña la realización de Diseño en Palermo Primer Encuentro Latinoamericano de Diseño. También en 2006 la Facultad editó Imágenes Facultad de Diseño y Comunicación y Moda en Palermo 06.

Los tiempos finales de la década del '90 fueron un periodo de significativa importancia para el desarrollo y configuración de las líneas editoriales. La Facultad se desarrolla en el marco de un contexto caracterizado por cambios de paradigmas frente al pensamiento conceptual disciplinar.

Con inusitada fuerza las prácticas, acciones e intervenciones del Diseño y las Comunicaciones Aplicadas transversalizan, desde su propia hermenéutica, un vasto conflicto de orden epistémico al interior de las ciencias sociales. El mencionado panorama se expresa en las esferas académicas tanto locales como regionales.

Las condiciones de producción editorial, con base en argumentos de carácter académico, se desliza sobre particulares y conflictivos contextos sociales y políticos. Las diferentes facetas de organización formativa y de difusión de resultados se añan a la necesidad de fortalecer un desarrollo diferenciado que caracterizara la especificidad y *performance* de la institución.

La Facultad desarrolla entonces un programa de trabajo como parte de un macro proyecto estratégico entre cuyas prioridades establece la configuración de un área específica, primero en el Programa de Desarrollo Académico, y luego la formalización del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación dedicada al delineamiento de la investigación y la sistematización editorial.

El debate sobre el cambio de paradigma conceptual mencionado en párrafos anteriores, se conjuga con el pertinente sobre la función de las instituciones académicas y el alcance de la determinación de las mismas. Esta discusión incluye la estabilidad, la adaptabilidad, y el grado, en que las mismas, procuran satisfacer el interés público— junto con las misiones y funciones que las distinguen.

Esta plataforma resulta una instancia reveladora de la significación esencial de producción editorial, que a pesar de ser susceptible de adoptar perfiles diversos, es una relación que materializa y dialectiza la historicidad institucional, disciplinar y de la práctica profesional con los contextos históricos desde los cuales estos tópicos emergen.

Este alcance estructural sitúa a las líneas editoriales de la Facultad de Diseño y Comunicación por fuera de una crónica descriptiva lineal, para inscribirla en una estrategia que colabora con la producción de pensamiento crítico, analítico e instrumental del contexto en el que actúa. La Facultad se ha esforzado por crear y consolidar un espacio con acciones *ad-hoc* motivada por el convencimiento que el desarrollo editorial es un desafío ineludible para cohesionar la educación con el quehacer científico así como los vínculos con centros de investigación y con las organizaciones que buscan análisis de esta nueva configuración regional e internacional. Decisión institucional ante el requerimiento situacional que requiere de nuevas teorías, nuevos métodos, nuevas herramientas y un gran esfuerzo para romper las barreras disciplinarias impuestas, en algunos casos por concepciones decimonónicas de la incumbencia disciplinar. El innegable cambio plantea la formulación de nuevos enfoques, que a la par de identificar nuevos problemas, reclaman soluciones innovadoras a otros de larga data. Esto implica que la academia tiene un lugar en las agendas sociales y éstas la necesidad de respuesta desde enfoques pertinentes y novedosos. Problemática ésta sobre la que subyace la demanda de generación de un *corpus* de pensamiento genuino a nivel región capaz de formalizar las posturas que el Diseño y las Comunicaciones requieren a la hora de la definición de especi-

fidades identitarias latinoamericanas.

El Centro de Estudios en Diseño y Comunicación es área de trabajo que realiza la labor editorial de las publicaciones que se editan regularmente. La tarea procura materializar el sostenimiento de una política que trasciende, las fronteras de las metas de la Educación Superior para incidir en esferas y campos de prácticas subyacentes y complementarias.

El Centro actúa de manera cohesionada y sinérgica con otras áreas de la Facultad el Centro de Producción DC, el área de extensión DyC, Equipo de Gestión Académica, el Programa de Becas de Posgrado, la Maestría en Diseño y el Proyecto de Graduación.

Actualmente las publicaciones periódicas se organizan en dos grupos grandes:

- Publicaciones periódicas académicas
- Publicaciones periódicas informativas

Las Publicaciones periódicas académicas se expresan en seis series que reflejan las múltiples vertientes metodológicas, procedimentales y analíticas en los campos del Diseño y las Comunicaciones aplicadas en el marco de la Educación Superior. La creación, producción e investigación sustentan los contenidos publicados, reflejando el esquema de reflexión y elaboración teórica de docentes, académicos, profesionales invitados y estudiantes de grado y postgrado.

La Facultad desarrolla y orienta la política editorial que define el estilo pedagógico propio, en cohesión con los estándares internacionales de las publicaciones científico tecnológico. Cada una de las Series está inscrita en el CONICET-CAICYT, agencia nacional que otorga el número de estandarización de series [ISSN] de las mencionadas publicaciones.

Esta instancia sitúa la producción de la Facultad en el marco de las normativas exigidas para la producción de orden académico y en las redes de información científicas tales como la Latindex. Pertenecen a este grupo:

- Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. [Ensayos].
- Creación y Producción en Diseño y Comunicación. [Trabajos de estudiantes y egresados].
- Jornadas de Reflexión Académica en Diseño y Comunicación. Jornadas de Reflexión Académica.
- Jornadas de Reflexión Académica en Turismo y Hotelería.
- Escritos en la Facultad. Escritos en la Facultad.
- Actas de Diseño.

#### **Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación [Ensayos]**

Es una publicación periódica que reúne *papers*, ensayos, informes finales o de avance de investigación y estudios sobre tendencias, problemáticas profesionales, tecnologías y enfoques epistemológicos en los campos del Diseño y la Comunicación.

Se publican de dos a cuatro números anuales con una tirada de 500 ejemplares. Se edita desde el año 2000 en forma ininterrumpida. El último número es el 22 correspondiente noviembre de 2006, los informes finales de as investigaciones realizadas en el marco del Programa de Becas de Posgrado en el período 2004-2005.

Los Cuadernos tienen un Comité Editorial y un Comité de Arbitraje formados ambos, por destacados académicos de universidades nacionales y extranjeras. La publicación tiene el número ISSN 1668.0227 de inscripción en el CAICYT-CONICET. Se reciben colaboraciones para ser publicadas. Las mismas son remuneradas.

#### **Creación y Producción en Diseño y Comunicación [Trabajos de estudiantes y egresados]**

Es una publicación periódica entre el Centro de Producción y el Centro de Estudios de la Facultad. Reúne trabajos significativos de estudiantes y egresados de las diferentes carreras de la Facultad.

Se publican de dos a cuatro números anuales con una tirada de 500 ejemplares, que se distribuyen en forma gratuita. Se edita desde el año 2004 en forma ininterrumpida y el último número es el número 10 correspondiente a diciembre 2006. Este volumen coordinado por Cecilia Noriega, reúne *abstracts* del proyecto de trabajos producidos en el marco de la Asignatura Introducción a la Investigación durante 2006 y los proyectos pedagógicos de varias cátedras de la mencionada asignatura.

La publicación tienen un Comité Editorial conformado por académicos de universidades locales y extranjeras y un Comité de Arbitraje formado por destacados profesores pertenecientes al claustro docente de la Facultad. La publicación tiene el número ISSN 1668-5229 de inscripción en el CAICYT-CONICET.

#### **Jornadas de Reflexión Académica en Diseño y Comunicación**

Reúne contribuciones, resúmenes y comunicaciones breves de los docentes a las Jornadas de Reflexión Académica que anualmente organiza la Facultad de Diseño y Comunicación desde el año 1993.

Se publica un número anual con una tirada de 800 ejemplares que se distribuyen de forma gratuita.

Se edita en forma ininterrumpida desde 1999 y el último número es el correspondiente a la presente edición de febrero 2007, XV Jornadas de Reflexión Académica en Diseño y Comunicación, tituladas "Experimentación y propuestas en la construcción del estilo pedagógico en Diseño y Comunicación". La publicación tiene el número ISSN 1667-1673 de inscripción en el CAICYT-CONICET.

#### **Jornadas de Reflexión Académica en Turismo y Hotelería**

Reúne contribuciones, resúmenes y comunicaciones breves de los docentes a las Jornadas de Reflexión Académica que anualmente organiza la Facultad de Diseño y Comunicación para la Escuela de Hotelería desde el año 2004. Se publica un número anual con una tirada de 300 ejemplares.

Se edita en forma ininterrumpida desde 2004 y el último número es el correspondiente a febrero 2007, IV Jornadas de Reflexión Académica en Turismo y Hotelería con el título. "Experimentación y propuestas en la construcción del estilo pedagógico en Turismo y Hotelería". La publicación tiene el número ISSN 1668-222X de inscripción en el CAICYT-CONICET.

#### **Escritos en la Facultad**

Es una publicación monográfica que reúne documentación institucional (guías, reglamentos propuestas), producciones significativas de estudiantes (trabajos prácticos, resúmenes de trabajos finales de grado, Concursos) y producciones pedagógicas de profesores (guías de trabajo, recopilaciones, propuestas académicas). Se publican de cuatro a ocho números anuales con una tirada variable de 100 a 500 ejemplares de acuerdo a su utilización.

Se edita desde el año 2005 en forma ininterrumpida y el último número es el 19 correspondiente a agosto 2006 con el título "Nuevos Profesionales V". Compila los *abstracts* de los Proyectos de Graduación realizados durante segundo ciclo académico de 2006. La serie tiene Comité Editorial conformado por responsables de equipos académicos y destacados docentes de la Facultad. La publicación tiene el número ISSN 1669-2306 de inscripción en el CAICYT-CONICET.

#### **Actas en Diseño**

Reúne comunicaciones y resúmenes realizados en el marco de Diseño en Palermo, Primer encuentro Latinoamericano organizado por la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo- Argentina, cuya primera edición en Buenos Aires se realiza durante agosto 2006. El corpus está integrado por contribuciones que describen la experimentación, la innovación y la creación y analizan estrategias, estados del arte específicos, modelos de aplicación y aportes científicos relevantes sobre la disciplina del Diseño en el contexto argentino y latinoamericano.

Se publican con una tirada de 2000 ejemplares. El volumen corresponde a la primera edición del Encuentro 2006.

Actas en Diseño tienen un Comité Editorial y un Comité de Arbitraje formados ambos, por destacados académicos de universidades nacionales y extranjeras. La publicación tiene el número ISSN 1850-2032 de inscripción en el CAICYT-CONICET y tiene un Comité de Arbitraje. Se reciben colaboraciones para ser publicadas.

La Facultad ha editado durante 2006, como se expresó anteriormente editó dos títulos con número de ISBN. "*Imágenes. Facultad de Diseño y Comunicación*" y "*Moda en Palermo 06*", configuran el portfolio institucional de la carrera de Moda.

Las producciones de los estudiantes publicadas son realizadas en el marco de las asignaturas con el liderazgo de los profesores y compiladas por el Centro de Producción despliegan los estándares alcanzado por la Facultad a través de su propuesta pedagógica.

El desarrollo aquí presentado resume algunos de los desafíos que enfrenta la Facultad, las líneas de acción propuestas, así como la modalidad en la que la Facultad encara desde la política editorial la inclusión de los actores al interior de la Educación Superior y de la práctica profesional local y regional. Esta breve exposición visibiliza las formas en que los planes institucionales de trabajo y su difusión son parte una plataforma dinámica. Espacio cuya movilidad se enriquece con quienes cotidianamente se fortalecen en la producción pensamiento orientado a la ampliación de horizontes de intervención innovadora y creativa.