

abiertas, no puede no funcionar. Lo ideal sería lograr equilibrar los deseos y las necesidades de las partes, como en toda actividad, proporcionando un valor que diferencie.

Otros departamentos como Administración Docente, Orientación Docente, o Gestión Académica reciben información que los docentes cargan a través del minisito, pertinente a cada área. El claustro docente es numeroso y esta sistematización de la carga de datos ha agilizado la gestión y administración de la comunicación entre unos y otros.

En Desarrollo Docente, se recibe todo lo relacionado a la modificación de datos personales, curriculums de aquellos que los docentes recomiendan para que formen parte del cuerpo de docentes, textos para las publicaciones de las Reflexiones Académicas y el curriculum abreviado de cada profesor regular, ya sea nuevo o alguna modificación para que subamos a la web, y últimamente las actividades que realizan los docentes y que generan una noticia.

Reconocimiento al Trayectoria

Desde este departamento consideramos la importancia de reconocer la trayectoria y como se ha comentado en Reflexiones Académicas XII, colaboramos con el Consejo Asesor para el evento que cada fin de año se realiza, es realmente un mimo necesario, es un decir "sabemos que hace 10 años que pertenecen a la Facultad esos docentes que se agasajan". Así como se reconocen las contribuciones y aportes que algunos profesores en particular hayan generado.

Festejo de cumpleaños

Además, este año 2009 se implementó el festejo de los cumpleaños de los docentes. Se realiza cada dos meses un cóctel en un restó cercano a la Universidad, se invita a los que ya hayan cumplido sus años, y la convocatoria al ser a través de la fecha en que nacieron, hace que sean totalmente variadas las áreas en las que dictan las clases, incluso son todos de diferentes turnos y sedes. Realmente se ven normalmente únicamente en las mesas de exámenes finales. Es así que nos pareció realmente interesante, agasajarlos, presentarlos, y que pasen un rato agradable, y distendido.

Textos para publicar

Como todos los años, desde Agosto organizo la convocatoria para recibir escritos para las publicaciones de Reflexión Académica que serán leídas, chequeadas, y se les hará una corrección de estilos solamente. Cada año se ve el éxito de las mismas, por la cantidad de artículos que se reciben y especialmente la calidad de los mismos. El nivel se eleva cada año. Me siento muy orgullosa de tener la posibilidad de aprender tanto por medio de la lectura de ellos, como por los resultados que son tan satisfactorios y por la respuesta que recibo a la convocatoria.

En este año particularmente agradezco la colaboración de la profesora Ximena González Eliçabe que trabajó algunos días en la semana ayudándome en la lectura de textos y fue de una ayuda enorme.

¿Qué se viene?

Seguramente adecuándonos a lo que se suceda alguna acción nueva se implementará. Considero que estrechar los vínculos entre los docentes, y optimizar la administración de la comunicación entre los departamentos de la Facultad, así como que los circuitos de tareas puedan funcionar fluidamente, sería la ambición deseada desde lo que podamos generar en Desarrollo Docente.

Así como se debe delegar tareas, preparar a los integrantes de un área para nuevas funciones y responsabilidades, se debe acompañar el crecimiento de, en este caso, la institución que nos cobija. Tener un buen manejo de los tiempo, priorizar tareas, ganar confianza en uno mismo y con los que compartimos día a día el trabajo, acompaña el desarrollo personal e institucional.

El desafío de las cuestiones teóricas. Cómo contribuir a la apropiación de un marco teórico

Tamara Domenech

Como sabemos la materia Comunicación Oral y Escrita (COE) retoma contenidos de la asignatura Metodología de la Investigación, no sólo en los distintos trabajos prácticos sino también y fundamentalmente al momento de que los alumnos realicen el trabajo práctico final.

Cuando se les pregunta a qué se denomina marco metodológico, suelen responder "son las entrevistas", "las observaciones", "las encuestas". Si bien las respuestas no son completas en cuanto a la totalidad de las herramientas existentes para la realización de una investigación exploratoria ni a su conceptualización, por lo menos pueden nombrarlas.

Cuando se les pregunta a qué se denomina marco teórico la respuesta suele ser "son las informaciones que se utilizan para hacer la investigación".

Y cuando se les repregunta cuáles son las informaciones a las que aluden, en líneas generales contestan "son las respuestas que nos dan los entrevistados, la información que sacamos de internet, los libros".

Estas respuestas presentan distintos problemas, entre ellos, que los alumnos no puedan diferenciar un marco de otro para poder construir su propio punto de vista en relación al tema en cuestión; que supongan que el mismo sólo puede ser constituido a partir de la información que se baja de internet y por último que crean que el marco teórico sólo puede ser desarrollado a partir de un solo libro de referencia.

Estos signos sugieren que "lo teórico" es absolutamente simplificado.

Varios son los factores que contribuyen a esta situación, considero que el más importante es el relativo a las nuevas tecnologías.

En los '90 la masificación de las fotocopiadoras, permitió el acceso a fuentes de información cuantiosas pero el riesgo que seguimos corriendo es perder referencias tan importantes como quién es el autor de lo que estamos leyendo, en qué momento histórico se escribió ese libro, cuáles son los temas tratados en el mismo en sus

distintos capítulos, etc.

El problema con la fotocopidora es que, en muchos casos, hace primar la cantidad por sobre la calidad en relación a cuáles son las condiciones de lecturas de esos textos.

A partir del año 2000, con la internet se accede con mucha facilidad a todo tipo de información, pero el brillo de esa velocidad, hace perder de vista preguntas relativas a quiénes son los autores de la información que bajamos; qué variedad de puntos de vista existen sobre determinado tema en la red; qué trayectoria tienen quienes las escriben; qué relación existe entre los materiales a los que accedemos y los que efectivamente encontramos en las bibliotecas reales, qué problemas se suscitan en este sentido.

Con la masificación de la red no sólo se prioriza la cantidad sino también la velocidad.

El problema es que una y otra primen por sobre el conocimiento.

Es tarea del docente que podamos plantear en el marco de la clase algunos de estos inconvenientes al tiempo de pensar estrategias que les permitan construir los cimientos de sus fundamentaciones.

De eso se trata, de que puedan pensar que el marco teórico en primer lugar señala que los temas interesantes para ellos, ya fueron pensados y conceptualizados por otros autores que los antecedieron (desde la teoría, la historia, la crítica, la ciencia); por otra parte y en relación con lo anterior que el tema que ellos investiguen para ser innovador no puede desconocer la tradición; en tercer lugar que para que sus trabajos, sus voces, sus proyectos sean creíbles tienen que estar fundamentados, y para ello tienen que empezar a registrar no sólo temas de interés, sino también distintos puntos de vista a partir de los cuales se tratan esos temas, como así también a sus autores.

Si no trabajamos sobre el marco teórico, corremos el riesgo de que la velocidad con su brillo embriagador borre las profundidades de las cosas.

Probablemente tengamos que transitar oscuridades pero que sean bienvenidas en pos de no ser superficiales con la profesión que cada estudiante haya elegido.

Quizá, ayude a tal fin, repensar la temática, el objeto de estudio del trabajo práctico final, a saber, “una historia de mi familia”, por otro que, por un lado, esté vinculado directamente con la carrera y por otro, permita cierta distancia a la hora de realizar el análisis correspondiente.

Por citar sólo un ejemplo, les propuse construir el marco metodológico y teórico del siguiente tema “la relación del arte y las nuevas tecnologías”. Ellos eran los docentes y yo era la alumna.

Entonces, les pregunté qué herramientas metodológicas podía utilizar para indagar esta relación y contestaron “podes realizar entrevistas”, perfecto.

A quiénes, “a directores de museos y galerías reales y virtuales; a diseñadores de software; a artistas, al público”.

Qué otra herramienta podría utilizar. “Podés hacer observaciones participantes y no participantes”. Sugerí, vamos a la Fundación Espacio Telefónica¹ y miramos a ver qué pasa; vamos al centro cultural San Martín² y hablamos con las personas que nos encontramos.

Qué tipo de fuentes documentales puedo consultar.

En este punto se confunden con el marco teórico, digo al pasar, que podríamos ver qué documentos tiene la Fundación Espigas³ sobre las muestras que se llevaron a cabo en Bs. As. sobre arte y nuevas tecnologías.

Y por último qué libros podría leer y por suerte ahí sí contestaron, uno sobre historia del arte, algún ensayo, otro sobre teoría.

Creo que por aquí podemos ir.

Pensando otros temas y trabajando para que logren identificar y seleccionar materiales, virtuales y reales; que puedan enriquecer los mismos, ya sea consultando distintas voces sobre un mismo tema o distintos modos de concebir esos temas a lo largo de la historia; que puedan leer y apropiarse de los contenidos y que piensen que de esta manera van a poder ir construyendo su punto de vista.

Esa mirada personal sobre el mundo, el arte, la familia, el diseño, o el tema que se trate es un proceso en el que hay que leer, escuchar y pensar.

Sería una lástima que la velocidad y la cantidad simplificaran el aura que tiene cada uno para proyectar en el mundo.

Notas

¹ “El Espacio Fundación Telefónica fue inaugurado el 20 de noviembre de 2003, con la misión de estimular el encuentro, la reflexión y el intercambio entre los distintos sectores de la cultura, apoyando la investigación, la producción y la difusión de proyectos culturales en general y de aquellos vinculados con tecnología en particular. El Espacio Fundación Telefónica, además de ser un espacio cultural, tiene un valor agregado que lo distingue de las propuestas culturales de la Ciudad de Buenos Aires: en él confluyen y se articulan la educación, el arte y la tecnología.

Aquí se dan cita programas de exposiciones, actividades educativas y de extensión cultural. El Espacio cuenta a su vez con una mediateca, un laboratorio multimedia y una sala de videoconferencias.

Asimismo, es sede de diversas actividades que se desarrollan en las áreas de Promoción Social, Educación, Telemedicina y Discapacidad de la Fundación Telefónica”.

² El nuevo paradigma del centro cultural es el siguiente: “a la oferta cultural tradicional del Centro (cursos y talleres, ferias y congresos, teatro, cine, música, artes visuales, danza, etc.) se lo transformará en el primer espacio oficial orientado a promover las nuevas tendencias, el desarrollo del arte y la cultura multimedia y el uso creativo de las nuevas tecnologías”.

³ Los objetivos de la Fundación Espigas son: preservar, conservar, archivar y difundir documentación variada referida a la historia de las artes plásticas en la Argentina, el arte argentino en el mundo y arte internacional relacionado con el país.

Diseñar, sostener e incrementar la Base de Datos Espiga para hacer accesible al público usuario el material documental existente en la institución.

Brindar servicio de consulta a historiadores, críticos, periodistas, investigadores, casas de remates, galerías, anticuarios, coleccionistas, estudiantes especializados,

instituciones culturales estatales y privadas y a público en general.

Conectar la información y la documentación obtenidas con las de otros centros nacionales e internacionales dedicados al tema en el campo del arte argentino y latinoamericano y participar activamente en la creación de redes informáticas con instituciones similares.

Promover líneas editoriales a partir de la documentación conservada con fines de difusión y para contribuir a la producción de nuevos conocimientos sobre el campo artístico local y regional.

Contribuir con donaciones e intercambios de material bibliográfico y documental con otras instituciones nacionales e internacionales”.

Evolución y cambio: hacia un concepto integrador del área moda

Patricia Doria

Todas las facetas de la moda fueron objeto de riguroso análisis, desde la creación de colecciones, formación de tendencias y propuesta de arquetipos, hasta la difusión publicitaria o el influjo del arte y de los negocios.

Hoy la Facultad de Diseño y Comunicación entiende la necesidad de evolucionar y adaptarse a los cambios. Iniciando un nuevo concepto académico, que implica ir más allá del nombre específico de una carrera. Introducir la idea de áreas, que tienen en su construcción, una complejidad, apertura, complitud e influencia de notable magnitud.

El sistema de la moda se entiende como un concepto global donde las distintas áreas de la moda están condicionadas por cambios sociales profundos, no sólo desde el diseño sino también desde la tendencia, la producción y la generación de nuevas oportunidades de negocio. Esto pone de relieve la necesidad del trabajo en común desde las distintas especialidades para que no se degrade en un trabajo solitario sino que convivan, se fortalezcan, se reafirmen y enriquezcan con los distintos saberes de las especificidades de cada una de las carreras.

Tanto la construcción de colecciones, como las producciones, o el *marketing* de la moda determinan la inclusión de varios ejes a tener en cuenta para determinar la totalidad de la idea; los abordajes son múltiples.

1. Abordaje desde la forma. Investigación morfológica. La moldería toma un importante protagonismo, las piezas se delimitan sobre ejes corporales, líneas de pinzas y se reubican como partes de un plano de construcción. Novedosas formas generan nuevas percepciones, variaciones e reinterpretaciones de moldería y sastrería tradicional, experimentación a través de frunces, repetición modular, superposiciones sobre materiales móbidos, creación de formas orgánicas que se encuentran en constante crecimiento y desarrollo, en la búsqueda de lo ergonómico y el juego entre lo funcional y lo no funcional, desarrollando nuevas tipologías; y determinando la creación a través de la reconstrucción.

2. Abordaje desde la textura. Experimentación textil. La textura toma protagonismo en la exploración e in-

tervención de su materialidad. Diferentes tipos de estampados a través de *transfer*, sublimados, termo vinilos, *foil*, *flock* (efecto felpa); decoración de prendas con bordados y ornamentos; distintos procesos de teñidos, lavados y acabados en terminación de los textiles (tradicionales y no convencionales); recursos y técnicas de costura como calados, drapeados, trenzados, matelaseados. Hacen que se resemantice el procesamiento de los materiales.

3. Abordaje desde el ensamble. Recombinación de elementos.

Trascender fronteras para fusionar sentidos Descontextualización de prendas y estampados; superposiciones, contraposiciones y contrastes; encuentros y desencuentros de materiales y texturas; reutilización de textiles y resignificado de tipologías del pasado-historias, usos, valores y/o culturas diferentes; combinaciones lúdicas y paletas vibrantes.

4. Abordaje desde la producción de moda.

Entender la moda en este recorrido es verla como un sistema de signos, que son determinantes en la presentación y venta del producto moda. Planeamiento publicitario, desfiles, presentaciones de productos, relaciones con los medios (prensa, editorial, presentaciones, *vernissage*) campañas de moda, ferias, y desfiles.

5. Abordaje desde las tendencias. Macro y microtendencias.

La moda crea tendencias culturales y la cultura a su vez influye notablemente en la moda. Por eso es necesario que tanto la una como la otra no se degraden sino que, antes bien, se vean continuamente enriquecidas y reafirmadas.

Las tendencias tomadas hoy como supervivencia futura en el mercado competitivo de la moda, están condicionadas por cambios sociales, económicos, culturales y tecnológicos profundos y forman parte del nuevo concepto de diseño.

Las respuestas innovadoras que ofrece la tendencia son adecuadas a las exigencias del mundo de la moda siendo esta la base de un futuro rentable y sostenible.

6. Abordaje desde el *marketing* de la moda. Negocios de moda.

La moda y los negocios son los temas que cubren ampliamente lo que busca un mercado comercial que incluye la realidad de la industria, el planeamiento comercial, el material de investigación de las tendencias, la comercialización, la psicología social de la indumentaria, productos de moda, planeamiento de imagen, estilo, comportamiento del comprador y consumidor, presentación y distribución de productos.

Detectando y observando tendencias de consumo, comportamientos sociales y nuevos nichos de mercado, a través del análisis del entorno, situaciones y experiencias, con una proyección de los futuros entornos de mercado de la moda.

Finalmente, es interesante entender el área moda como una unidad, para que, en un espacio de trabajo real, los saberes se complementen y generen una prospección de futuro en un área de impacto económico y social.