

estratégico con el que sí lo es, llegamos a la siguiente comparación.

El Diseño operativo se caracteriza por desarrollar tareas especiales de diseño; porque se está enfrascado en sí mismo, porque la respuesta es reactiva y la propuesta llana. Improvisa. Posee objetivos cortos, y las respuestas son de afuera hacia adentro. Además, es inflexible

En cambio en la gestión estratégica de diseño.

Se realizan todo tipo de tareas, la visión es multidisciplinaria. Existe la proactividad. Se anticipa a la necesidad. Propone valores y sentidos. Anticipa. Tiene objetivos a largo plazo. Las respuestas se dan de adentro hacia afuera. Se reinventa constantemente.

Como hemos visto, la torta-diseño de la que hablamos, se elabora en una cocina donde los ingredientes se agotan y se renuevan constantemente. Los pasteleros-diseñadores hemos tenido que aprender a estar atentos a esta turbulencia para que, a pesar del desafío constante, el resultado tenga el mejor sabor.

Nota: Agradezco los aportes teóricos del Arq. Reinaldo Leiro, muchos de ellos tomados para este artículo.

El modelo de Universidad del tercer milenio

Jorge Gaitto

Tradicionalmente se ha asignado a la Universidad una misión: enseñar, investigar y brindar un servicio a la sociedad. Estas acciones se enmarcan en el valioso e indeclinable ejercicio del principio de autonomía académica, es decir, el derecho de cada Universidad para decidir acerca de qué, quién, a quién y cómo enseñar, así como sobre qué y para qué investigar, sin temor a comunicar nuevas ideas o a buscar la verdad sin limitaciones.

Una de las características de nuestra sociedad en este tercer milenio es el reconocimiento al respeto por la libertad y la diversidad, tal como se acordó en la Carta Magna de la Universidad firmada en Bolonia en ocasión de su noveno centenario por rectores, presidentes y cancilleres de más de quinientas Universidades de todo el mundo.

Sobre la base de una perspectiva de varios siglos, se ha señalado ya que no son los generales ni los presidentes, ni los expertos ni los profesionales quienes expresaron las transformaciones más importantes en la civilización humana, sino los críticos sociales, los filósofos y los científicos. Sin embargo, para que estos avances puedan ser aprovechados e influir sobre la sociedad, deben concretarse en aplicaciones prácticas.

La misión de la Universidad debe nutrirse de un balance equilibrado entre el desarrollo intelectual aplicado y la búsqueda de la verdad y de significado por sí mismo.

Nos enfrentamos a un mundo complejo donde prima la incertidumbre sobre el futuro, y donde se evidencia las dificultades de los gobiernos en redistribuir las riquezas y nivelar las desigualdades sociales. En este marco se le presenta a la Universidad la oportunidad de dar respuestas a las necesidades sociales de educación, desarrollo profesional y académico, para que impulse el análisis crítico de las ideas y la generación de nuevos conocimientos teóricos y aplicados, para contribuir en la solución de los problemas

urgentes y cada vez más complejos que enfrenta la civilización humana.

Hoy se reconoce que la Universidad es la institución mejor equipada para servir a la sociedad, produciendo el conocimiento que se necesita para arribar a soluciones, preparando a los ciudadanos altamente educados que se requieren para instrumentarlas y promoviendo el mejoramiento permanente de la condición humana en términos de salud, valores, dinámica social, progreso económico y supervivencia. Mediante sus tareas de descubrimiento, creación, reformulación, transferencia de conocimientos y el desarrollo y entrenamiento para sus aplicaciones, la Universidad brinda un servicio esencial a la sociedad educando a sus jóvenes, preservando la tradición cultural, proveyendo investigación básica y aplicada, entrenando a sus profesionales y certificando su competencia.

Se ha abierto una nueva brecha que esta vez no tiene que ver con la tradicional dualidad entre ricos y pobres sino entre quienes poseen los conocimientos y la capacidad de seguir adquiriendo y los que no. La separación entre ambos grupos crecerá y generará una nueva forma de pobreza, fácil de prevenir pero difícil de revertir una vez instalada. Los mejores trabajos y carreras estarán abiertos sólo a quienes posean el conocimiento. En este contexto la Universidad se ha convertido en la clave para superar estas inequidades y en el motor principal del desarrollo y crecimiento económico.

Está entre los hacedores de la Universidad, en tanto salvaguarda de los valores y la preservación de la condición humana, mejorar el futuro de las sociedades: los estudiantes de hoy serán los actores que marcarán el rumbo de la ciencia, la técnica, las humanidades, así como el destino de los países. Estas referencias sobre el nuevo rol de la Universidad necesariamente nos remiten a la palabra clave que expresa una característica significativa de la Sociedad y de la Universidad misma: cambio.

Del diseño y las comunicaciones

Al concretarse en el país, y de manera vertiginosa, los cambios que transformaron radicalmente los escenarios políticos, económicos, sociales y culturales, tanto las empresas ya establecidas como las recién radicadas, y aún las instituciones sin fines de lucro y particularmente el gobierno, tuvieron que redefinir su lugar en una sociedad y en mercados en proceso de grandes cambios. Consecuentemente, los perfiles de los profesionales y los modos de gestión también debieron replantearse a fondo. Esta tendencia, de hecho, demandó la incorporación y promoción de nuevos profesionales de formación universitaria, especialmente en las nuevas disciplinas de la comunicación y el diseño.

Al no tener, como antecedente, una tradición rígida, en la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo, desde el comienzo se adoptó un modelo de organización y gestión dinámico y flexible para asegurar el liderazgo académico. En consecuencia, se diseñaron e implementaron planes de estudios actualizados y pertinentes, y se fue conformando un cuerpo docente que creció consustanciado con la misión y sus objetivos. En poco tiempo se consolidó una comunidad docente estable y con profundo sentido de pertenencia que pudo interpretar y protagonizar con éxito los cambios e innovaciones que demandó el nuevo escenario.

El verdadero cambio e innovación se debe introducir a través del diseño curricular, y con una marcada política de autoevaluación permanente, así la misión institucional dará muestras de sensibilidad hacia el cambio y se mostrará con capacidades de mejora permanente.

El inicio del tercer milenio, es un momento clave en la revisión y actualización de los Planes de Estudios, donde los distintos programas sean sometidos a un minucioso examen, capaces de producir, de ser necesario, un significativo cambio para la adecuación de esos programas ante los nuevos escenarios y las nuevas demandas profesionales.

El camino recorrido y los logros alcanzados, hacen que el modelo diseñado, se esté adoptando en otras escuelas e instituciones de Latinoamérica, lo que si bien representa una satisfacción, conlleva a un compromiso ligado al lugar de liderazgo que hoy se ocupa.

La Universidad de Palermo, tiene vínculos académicos y convenios formalizados con las más importantes universidades del mundo. Y específicamente la Facultad de Diseño y Comunicación lidera y es un referente innegable del campo disciplinar en toda la región.

Hacia un nuevo modelo de Facultad

El nuevo modelo de facultad, ha de estar inscripto en la cultura institucional de autoevaluación permanente, que ha de llevar a la revisión, actualización y modernización de sus estructuras.

Atendiendo a la realidad académica y al avance y consolidación de las áreas, es donde se desarrollan las nuevas propuestas de organización, con un fuerte conocimiento de la actualidad y con miras al desarrollo y crecimiento futuro.

Asentados en la firmeza y consolidación, es posible avanzar con un proyecto ambicioso, asumiendo el liderazgo de la formación universitaria dentro del campo.

Conceptualmente, las carreras deben crecer dentro de áreas de formación o escuelas, que por la alta permeabilidad de los programas y las múltiples articulaciones se conviertan en verdaderas plataformas organizadoras. Serán éstas las que sustentadas por el respaldo académico, la flexibilidad curricular y la innovación, facilitarán las posibilidades de formación en una estructura moderna y con proyección internacional.

Psicología de la moda. Otra forma de pensar

Claudia Daniela García

Es solo una cuestión de talles

Psicología de la moda intentará crear un espacio de reflexión donde se analizarán los conceptos básicos que aborda la psicología, haciendo hincapié en la moda. Cómo pensar esta conexión tan especial. Articularemos los aportes del psicoanálisis desde Freud y Lacan, la psicología cognitiva, psicología sociológica, psicología conductista, teoría de la comunicación y su conexión con la moda. Un gran respeto por la rigurosidad desde la investigación teórica y empírica. Rigurosidad del método, donde se privilegia la escucha y el tiempo de pensar, qué

hacer con ese discurso, qué nos dice el discurso tanto escrito como oral, el que nos otorga lo textual como el cotidiano. La intersección de diferentes líneas del pensamiento y sus efectos mediadores en el aquí y ahora.

“El cuerpo diseñado sobre la forma en el proyecto de la vestimenta”, Andrea Saltzman, Paidós (2004), “Psicología del vestido”, Dr. J. C. Flugel, Paidós (1964) y el artículo “Grados de asociación entre depresión y trastornos alimenticios en la adolescencia tardía femenina” de la Revista del Instituto. Facultad de psicología UBA - Año 2002 -Año 7, Nº 3, son tres textos que nos ayudarán como soporte teórico a “desatar, para volver a coser” una nueva forma de pensar juntos esta disciplina llamada psicología de la moda.

Susana Quiroga, Licenciada en Psicología, Facultad de Filosofía y Letras, UBA. Doctora en Filosofía y Letras orientación en Psicología, Universidad de Buenos Aires, 1983. Profesora titular regular de la Cátedra de Psicología Evolutiva II, Adolescencia.

Andrea Stalzman. Integró la primera cátedra de Diseño de la carrera de Diseño de Indumentaria y Textil de la Universidad de Buenos Aires, de la cual es profesora titular. En su particular preocupación por el cuerpo como punto de partida del diseño y por la exploración de la vestimenta como hecho flexible, transformable y estético, converge una temprana formación corporal en danza contemporánea, su condición de arquitecta (egresada de UBA) y sus estudios de plástica.

J. C. Flugel es pionero en reunir la psicología y el vestido, en su prefacio agradece la colaboración de muchos psicoanalistas así como de autores que han estudiado la moda desde el punto de vista antropológico o social.

Es muy importante que cada vez que abordemos un autor, creador o pensador, nos preocupemos de sus antecedentes bibliográficos, su formación académica, y si podemos investigar algo de su biografía o personalidad enriquecerá nuestra labor. Otra variable a tener en cuenta cuando comparamos autores, posicionarnos en qué momento histórico - social, se sitúa cada uno de ellos. Psicología, percepción, sujeto, lo cultural, lo externo, lo interno, lenguaje, paradigmas, acto creativo, el inconsciente y sus manifestaciones, patología/ locura, sublimación, inconsciente colectivo, ética, sujeto y producción, identidad, identificaciones, deseo, deseo del otro, conflicto serán palabras claves que nos abotonan en este camino.

En el presente artículo realizaré una síntesis de mi labor docente en psicología de la moda referente a una experiencia con alumnas, futuras diseñadoras y sus percepciones sobre la imagen de modelos y actrices en los diferentes medios gráficos para reflexionar sobre un área específica de la Psicología de Investigación: Área Psicología Clínica y Psicopatología haciendo intersección con la moda.

Recorriendo el trabajo de investigación “Grados de asociación entre depresión y trastornos alimenticios en la adolescencia tardía femenina” su autora Susana Quiroga nos realiza la siguiente síntesis:

Resumen: Palabras claves: trastornos de la alimentación-depresión –grupos terapéuticos– investigación clínica. Introducción: Grados de asociación: entre depresión y ciertos trastornos de la alimentación: bulimia nerviosa y