

Proyecto de Accesorios 2

Cátedra Fiorini Wengrowicz 2017

Objetivos generales

- Acercar a los estudiantes al universo de los accesorios a fin de comprender sus pertinencias y su relación con el sistema del vestir y el hombre.
- Articular el pensamiento lógico - racional, con el pensamiento intuitivo - espontáneo: para potenciar la creatividad a través de metodologías proyectuales.
- Estimular a que el alumno adquiera una actitud innovadora frente a los problemas proyectuales.
- Generar en el alumno una postura crítica, reflexiva y comprometida con la sociedad y el entorno.

Objetivos específicos

- Propiciar a que el estudiante comprenda la importancia de los aspectos conceptuales y comunicacionales en la generación de proyectos de diseño.
 - Potenciar a que el alumno incorpore nociones tipológicas, técnicas y morfológicas propias de las distintas especialidades del área.
- Favorecer para que el estudiante entienda los conceptos de serie, línea y sistema enmarcados en las problemáticas ligadas a imagen de diseño de autor, corporativa e institucional.

Contenidos

1Desarrollo de sistemas de objetos. Armado de colecciones de alta complejidad. Imagen e identidad. Identidad corporativa y marcas. Concepto de serie y sistema.

2Marcas y sistemas comunicacionales complejos. Aplicación de distintos enfoques productivos y técnicos. Diferencias en el comportamiento de los materiales. Planificación y gestión en el desarrollo de productos en la industria del diseño de accesorios. Rubros como: Marroquinería, avíos, sombrerería, entre otros.

1Objetos y series en el diseño de accesorios. Marroquinería

Objetivos

- Comprender la operatoria conceptual y formal de diseñadores de accesorios contemporáneos.

- 弌 Ahondar en el concepto de serie y sistema de productos.
- 参 Experimentar con diferentes materiales, escalas y morfologías.

1 Identidad: marcas y accesorios. Avíos

Objetivos

- 弌 Introducir al alumno en una temática específica de la carrera.
- 弌 Afianzar los conceptos de marca, identidad, imagen y comunicación.
- 参 Profundizar el concepto de serie y sistema de productos.
- 四 Comprender el uso de diferentes materiales y tecnologías, como así también la escala de los avíos.

Modalidad de enseñanza

▪ Los Trabajos Prácticos:

Se desarrollan a lo largo del curso y constituyen el eje alrededor del cual se vuelcan los conceptos y objetivos de la cátedra. Aplicando una metodología proyectual se da una respuesta - síntesis a la necesidad expuesta en los proyectos.

▪ El espacio de Taller:

Es vivenciado como un espacio activo de experimentación, de intercambio grupal, y de debate durante el proceso de aprendizaje.

Se ponen en práctica esquicios, enchinchadas grupales y correcciones individuales.

▪ Las clases teóricas:

Funcionan como incentivo a las tareas de orden práctico y complementan el trabajo de taller. También son invitados profesionales de distintos rubros para aportar conocimiento desde la industria, diseñadores independientes y diseñadores de grandes empresas.

▪ La bibliografía actúa como punto de anclaje a los temas tratados en los trabajos prácticos y en las clases teóricas.

▪ Los resultados de los procesos de enseñanza son visualizados tanto en Congresos del área como en exposiciones fuera del ámbito académico.

Modalidad de evaluación

▪ Entregas para cada TP específico: Son evaluadas con criterios comunes fijados previamente y niveladas en función de todas las comisiones y de los objetivos de los diversos proyectos.

▪ Evaluación docente relativa a los procesos de aprendizaje, a la participación grupal y al rendimiento y progreso en cada clase.

Desde la didáctica se priorizan los siguientes aspectos:

- Las ideas que sustentan los proyectos y el proceso de pensamiento que se materializa en el producto propuesto.
- La experimentación y el aporte innovador a la disciplina (técnico, formal, social, simbólico).
- El proceso realizado por los alumnos en el desarrollo de TP.

Bibliografía sugerida:

Munari, Bruno (1983). **Como nacen los objetos**. Gustavo Gili, Barcelona.

Le Breton, David (1995). **Antropología del cuerpo y modernidad**. Nueva Visión, Buenos Aires.

- Arnheim, Rudolf (1985) **El pensamiento visual**. Editorial Eudeba, Buenos Aires.

Eco, Umberto (2006). **Historia de la belleza**. Ed. Lumen, Barcelona.

Bonsiepe, Gui. **Del objeto a la interfase** (1998). Reedición. Ed. Infinito, Buenos Aires.

Wong, Wucius (1995). **Fundamentos del Diseño bi y tridimensional**. GG Diseño, Barcelona,

Munari, Bruno (1991). **El Arte como oficio**. Ed. Labor, Barcelona.

Ledesma, María y López, Mabel (2004). **Comunicación para diseñadores**. Ediciones FADU, Buenos Aires.

Soger, Richard y Udale, Jenny (2009). **Principios básicos del diseño de Moda**. Ed. GG MODA, Barcelona.

Bürdek, Bernard E. (1994). **Diseño. Historia, teoría y práctica del diseño industrial**. Gustavo Gilli, Barcelona.

Alarcón Vital, Gonzalo y otros autores (2007). **Diseño y sustentabilidad. Visiones para una Latinoamérica posible**. Ediciones de la Utopía, Buenos Aires.

Gardetti, Miguel Angel (2006). **Desarrollo Sustentable, Sustentabilidad y Sustentabilidad Corporativa**. Editado por Instituto de Estudios para la Sustentabilidad Corporativa.

Costa, Joan (2001). **Imagen Corporativa en el siglo XXI**. Ed. La crujía, Buenos Aires.

Costa, Joan (2004). **La imagen de marca. Un fenómeno social**. Ed. Paidós Diseño, Barcelona.

Chaves, Norberto (1999). **La imagen Corporativa**. GG Diseño, Barcelona, 5ª edición.

Joly, Martine (1999). **Introducción al análisis de la imagen**. Ed. La Marca, Buenos Aires.

Leiro, Reinaldo (2006). **Diseño, Estrategia y Gestión**. Ed. Infinito, Buenos Aires.

Apuntes de Cátedra:

Empresa Apholos (2019). **Guía para el desarrollo de avíos**. Técnicas, materiales y representación.

