

NIVEL 3: DISEÑO DE INDUMENTARIA II

Trata sobre la inserción del diseñador en el mercado. Se plantea la relación entre el diseño e industria. Abordando problemáticas reales barriendo diferentes temáticas que se puedan plantear en el desempeño profesional .

Se trata de proponer problemas que planteen puntos de partida diferentes para la resolución del diseño:

- Desde la organización y relacionamiento de tipologías.
- Desde la resolución de un sistema que permita la transformación del elemento vestido, en elemento portado.
- Desde cuerpos reales excluidos del modelo social .
- Desde la identidad de la empresa.
- Desde sistemas de venta y producción.
- Desde el deseo y compromiso del diseñador ,de plantear y resolver problemas como aporte a la sociedad.

OBJETIVOS

- Interpretar el mensaje del diseñador y su impacto en el medio.
- Desarrollar el diseño a partir de la idea establecida por la marca.
- Comprender el concepto de colección como el de un sistema de asociación y articulación de tipologías a partir de las características del usuario y de la marca.
- Interpretar la tendencia en función de las necesidades de la empresa.
- Resolver diseños que planteen la prolongación de la función de la vestimenta fuera del cuerpo: sistemas de guardado, de portado (accesorios), etc.
- Desarrollar el diseño vestimentario de una empresa a partir de la interpretación de la imagen corporativa, relacionando las diferentes áreas del diseño. Uniformidad y jerarquización de roles.
- Replantear el modelo social y dar cabida a cuerpos marginados por el sistema.
- Resolver diseños con pautas de carácter restrictivo respecto a los materiales, sistemas de producción y comercialización.
- Asumir el compromiso con la sociedad mediante el planteo y resolución de proyectos.

CONTENIDOS

Unidad I

COLECCIÓN. DISEÑO A PARTIR DE LOS CRITERIOS DE ORGANIZACIÓN DE UNA COLECCIÓN.

Reconocimiento de la colección como una organización de elementos que surgen y se articulan entre sí a partir de las características generales de una marca (estética, usuario, tecnología, sistemas de producción y comercialización). Organización de las diferentes líneas que la componen, de modo de resolver las necesidades del usuario de manera racional, respondiendo a los criterios que dictamina la marca.

Aspecto Morfológico: Reconocimiento de la estética de la marca a través de los elementos vestimentarios, gráficos, arquitectónicos, criterios de exposición y venta, características del usuario, sistemas de producción tecnología, recursos, etc.. Reconocimiento del cuerpo diseñado. Silueta. Intervención sobre la superficie por medio de: estampa, textura, terminaciones, uniones, avíos, pespuntos, bolsillos, etc. Análisis de las cualidades de los materiales como conformadores del volumen. Relacionamiento de tipologías, efectos de articulación y superposición. Cartas de texturas, paletas cromáticas. Análisis de los sistemas constructivos (uniones y terminaciones) en función de las características de los materiales y sistemas de producción.

Aspecto Sintáctico: Relacionamiento cromático y formal de las tipologías, conjuntos, módulos, líneas y series en función de la imagen de la marca y la colección. Organización del sistema mediante líneas, series, módulo, etc. Articulación entre las diversas tipologías. Cartas de materiales y color. Curva de talles. Reconocimiento de elementos subordinados, dominantes y nexos de los conjuntos.

Aspecto Funcional: Organización de la colección y de los diferentes elementos que la componen, en función de un usuario y sus situaciones de uso, posibilitando la flexibilización para articular las prendas entre las diferentes líneas dentro del sistema.

Aspecto Semántico: Reconocimiento de la estética de la marca. Organización del sistema en función de una idea de diseño. Partiendo del usuario y la identidad de la empresa. Posicionamiento frente a la tendencia.

Unidad II

VESTIMENTA – ACCESORIO. DISEÑO A PARTIR DE UN SISTEMA QUE PERMITE LA TRANSFORMACION DEL VESTIDO A UN ELEMENTO PORTADO.

Extensión de la función de la vestimenta de indumento a accesorio.

Diseño de una línea de prendas que se pliegan y se guardan en sí mismas o en elementos accesorios del sistema.

Aspecto Morfológico: Coherencia entre materia, forma y sistema de plegado. Subordinación de los sistemas de cierre y acceso. Transformación del textil confiriéndole nuevas cualidades mecánicas, basado en un proceso de metamorfosis a partir del movimiento y la memoria. Investigación sobre el origami y técnicas de plisado en relación al cuerpo. Pasaje del objeto a vestimenta y viceversa.

Aspecto Sintáctico: Articulación del objeto con el cuerpo en sus dos estados: plegado y desplegado. Plegado: como elemento portado, accesorio, convergencia con un discurso vestimentario preexistente. Desplegado: vestimenta. Relaciones de superposición. Subordinación al sistema vestimentario y a la protección de un cuerpo.

Aspecto Funcional: Desarrollo del objeto vestimentario en relación a sus diferentes situaciones de uso y guardado. Exploración de los distintos elementos en los que se puede transformar el objeto para ser portado y guardado. Investigación de las relaciones planteadas con el usuario para posibilitar un objeto portátil.

Aspecto Semántico: Coherencia estética entre las dos modalidades funcionales del objeto. Propuesta de asociación del diseño a una marca determinada de productos textiles o no.

Aspecto técnico: Investigación de nuevos materiales. Cualidades de impermeabilidad, peso, marcación y plegado. Investigación sobre nuevas técnicas constructivas coherentes a la tecnología del material.

Unidad III

CUERPOS REALES. DISEÑO A PARTIR DE UN CUERPO NO AVALADO POR EL MERCADO.

Colección de vestimenta para un segmento de cuerpo no avalado por el mercado con materiales de punto.

Aspecto Morfológico: Refuncionalización de los materiales del mercado aportados por la tendencia, a partir de la valorización de los cuerpos reales. Elección y análisis de los materiales por sus cualidades configuradoras sobre el cuerpo (tensión, dirección, adherencia). Exploración de los recursos modeladores de la silueta en punto (cortes, pinzas, pliegues). Efectos de texturas, estampa y cartas de color. Valoración de los aspectos sensoriales de los materiales.

Aspecto Sintáctico: Concepto de módulo, línea y serie en función de las tipologías y los materiales. Interacción de las partes. Conceptos de articulación y superposición.

Aspecto Funcional: Flexibilidad de la vestimenta a diferentes situaciones de uso por medio de accesorios y la articulación de las partes. Profundización sobre los aspectos de mantenimiento de las prendas.

Aspecto Semántico: Replanteo de los criterios sobre la femineidad, sensualidad, seducción, pudor. Relación entre los cuerpos reales y el modelo del imaginario colectivo. Valoración de lo privado y lo social. La vestimenta como vivencia y como imagen.

Aspecto Técnico: Exploración de los sistemas de unión y terminación en punto para una resolución industrial.

Unidad IV

IMAGEN CORPORATIVA. DISEÑO DEL UNIFORME PARA LAS DIFERENTES FUNCIONES DE UNA EMPRESA.

Desarrollo de la identidad corporativa por medio de la indumentaria institucional para las necesidades de las diferentes áreas funcionales de la empresa. Vestimenta como identidad.

Aspecto Morfológico: Reconocimiento de la imagen corporativa, arquitectura y gráfica. Desarrollo del diseño a partir de las pautas de reconocimiento de la empresa. Exploración de los recursos identificatorios, su jerarquización en relación al cuerpo soporte. Incorporación de la gráfica al sistema vestimentario.

Aspecto Sintáctico: Coherencia de conjunto. Interrelación y especificidad entre las diferentes áreas funcionales del proyecto. Articulación entre los distintos modos identificatorios correspondientes a los diferentes sectores.

Aspecto Funcional: Análisis y resolución de las necesidades y los requerimientos específicos de cada área (sastrería, ropa de trabajo) Investigación sobre los materiales y sus cualidades térmicas, igníficas, lumínicas, etc. Resolución de la indumentaria a partir del análisis de la gestualidad del cuerpo y en función de la manipulación de las herramientas. Estudio de talles y ajuste de la vestimenta a los diferentes cuerpos. Variación masculino-femenino. Estudio sobre la superposición de prendas y la flexibilidad de la vestimenta a las variaciones térmicas.

Aspecto Semántico: Lectura de una propuesta unificadora junto a todas las modalidades comunicativas de las diferentes áreas del habitar. Identificación de la empresa, de las diferentes funciones, y jerarquización de roles.

Unidad V

MODALIDAD DE COMERCIALIZACION MASIVA, SIN MEDIACION DE UN VENDEDOR. DISEÑO A PARTIR DE DESPERDICIOS DE PRODUCCIÓN.

Desarrollo de nuevos productos a partir de un sistema constructivo y un tipo de material específicos de alta tecnología (no pertenecientes al sistema indumentario).

Aspecto Morfológico: Replanteo de las posibilidades morfológicas a partir del material y del sistema constructivo predeterminado. Exploración de nuevos materiales.

Aspecto Sintáctico: Relacionamiento de las partes en función de los sistemas de venta y los modos de exposición. Reconocimiento de las partes como integrantes de un conjunto.

Aspecto Funcional: Nuevas posibilidades de uso de los materiales y sistemas constructivos, en función de un usuario determinado.

Aspecto Semántico: Resignificación de los materiales a partir de sus nuevas posibilidades de uso.

Asp. Comunicacional: Comunicación de la idea a fin de posibilitar la comercialización del producto por bocas no tradicionales. Sistemas de packaging, sistema de catálogos (curva de talles, carta de material, de color, etc.).

Unidad VI

TRABAJO DE CIERRE. COMPROMISO DEL DISEÑADOR CON LA SOCIEDAD.

Aporte del diseñador a la sociedad a través del diseño y sus modalidades de producción.

Desarrollo del diseño a partir de una mirada ética sobre las carencias y dificultades que presenta el sistema vestimentario.

GUIA DE TRABAJOS PRACTICOS

TP 1: Unidad I

ANÁLISIS Y REPRESENTACIÓN DE LA COLECCIÓN OTOÑO -INVIRNO DE VITAMINA.
REDISEÑO DE LA COLECCIÓN CON CARÁCTER INNOVATIVO POR MEDIO DE LA
INTERVENCIÓN SOBRE LA SUPERFICIE TEXTIL.

Objetivos:

- Reconocer a la colección como una organización de elementos que surgen y se articulan entre sí a partir de las características generales de una marca: Estética, usuario, tecnología, sistemas de producción y comercialización.
- Aprender a organizar una colección a partir del relacionamiento de tipologías en función de una idea de conjunto.
- Organización de las partes en función de la curva de talles, paleta cromática, carta de materiales.
- Representación de una colección.
- Valorización de la superficie textil como generadora del diseño.

Desarrollo y pauta: Análisis y representación de colección: Idea. Organización. Relacionamiento de tipologías. Variación de tipologías en diferentes materiales, color talle. Manejo de cartas de textura y paletas cromáticas. Asimilación de tendencia.
Rediseño de la colección: Intervención sobre la superficie textil por medio de la estampa tipográfica. Intervención sobre las terminaciones y texturas.

Teórica:

- Relación entre tendencia y mercado.
- Globalización de la estética y espacio de creatividad. (Límites)

Presentación:

- Láminas de la marca y memoria descriptiva.
- Lámina de cabezas de línea. (Cuerpo vestido)
- Láminas de combinatorias posibles: tipología - carta de color - textura.
- Curva de talle.
- Propuesta de diseño: Lámina 1: Experimentación sobre la materia textil Trabajo sobre materiales. Lámina 2: Intervención del textil sobre las diferentes tipologías. Lámina 3: Presentación del conjunto completo con cuerpo soporte e intervención del contexto. Lámina 4: Organización de las partes con curva de talles, carta de color, carta de materiales.
- Figurines, geometrales, curva de talles, cartas de color, cartas de texturas, especificaciones técnicas.
- Materialización de un prototipo por integrante de equipo.
- Book de venta para las boutiques del interior.

Duración: 10 clases.

TP 2: Unidad II

DISEÑO DE UNA LÍNEA DE PRENDAS QUE SE GUARDAN EN SÍ EN MISMAS PENSADAS PARA SER PORTADAS EN UNA SITUACIÓN DE VIAJE, COMO UNA NUEVA LÍNEA DE LA MARCA LUIS VUITTON.

Diseño de una línea de prendas (cinco) para viaje que cubran las necesidades básicas de las actividades, cuya característica fundamental sea la manera de plegarse en sí misma convirtiendo las unidades en accesorios.

Objetivos:

- Desarrollar el diseño a partir de un sistema que posibilite la transformación de vestido a elemento portado. Replanteo de la morfología de la vestimenta, las funciones, los sistemas de guardado, etc.
- Investigación de nuevos materiales. Intervención sobre el textil a fin de generar una metamorfosis en la vestimenta. Estudio de situaciones análogas de movimiento

como referencia para la transformación del textil.

Desarrollo de tipologías y articulación entre las mismas a fin de completar un vestuario básico a partir de un mismo sistema de guardado.

Relacionamiento a la marca. Análisis de las características generales: estética, bocas de venta, gráfica, usuario, etc.

Desarrollo y pauta:Análisis de las características estéticas de la marca.

Búsqueda de materiales, análisis de las propiedades de los mismos adaptadas a las manipulaciones propuestas.

Análisis sobre el origami, técnicas de plisado, etc.

Elaboración de un sistema de plegado y guardado.

Usuario: respetar el usuario de la marca.

Necesidades: Ropa de viaje para largo week-end, en una ciudad de clima sub-tropical.

Presentación: Análisis de la marca.

Explicación de los procedimientos industriales sobre las técnicas utilizadas para el guardado.

Láminas descriptivas del proceso de guardado: la prenda extendida hasta convertida en objeto.

Geometrales de todas las prendas. Detalles constructivos: uniones, avíos... Carta de materiales. Carta de color.

Presentación de un catálogo.

Duración: 10 clases.

TP 3: Unidad III

DISEÑO DE UNA COLECCION DE ROPA FEMENINA PARA SEÑORAS DE 40 AÑOS EN ADELANTE CON TALLES DEL 46 AL 58, A PARTIR DE UN DISEÑADOR DETERMINADO POR EL ALUMNO COMO UNA PROLONGACIÓN DE SU MARCA QUE SE RADICA EN BUENOS AIRES.

Desarrollo de una vestimenta temporada verano para utilizar en un lugar marítimo para talles del 46 al 58, utilizando obligatoriamente materiales de punto en cualquier composición aún cuando los mismos puedan ser combinados con otros a condición de no perder la primacía.

Objetivos: Desarrollar el diseño a partir de cuerpos reales, no avalados por el mercado. Replanteo de los criterios femineidad, sensualidad, seducción, pudor. Relación entre los cuerpos reales y el modelo impuesto por los medios. Replanteo de las funciones de las tipologías, y del relacionamiento entre las mismas. Flexibilización del sistema. Exploración de los recursos modeladores de la silueta en punto: cortes, pinzas, pliegues.

Desarrollo y pauta:Análisis de los cuerpos desnudos y de las transformaciones morfológicas debidas a edad y peso que sufren los cuerpos femeninos. Análisis de los cuerpos: curva de talle, características de los talles.

Elaboración de una moldería a partir de un sistema de partición.

Elección de un diseñador como referente estético, análisis de la forma y las resoluciones constructivas.

Elección de una carta de materiales (punto) y cartas de color.

Elección y análisis de los materiales por sus cualidades configuradoras sobre el cuerpo (tensión, dirección, adherencia). Efectos de textura, estampa y cartas de color.

Análisis sobre las posibilidades industriales de los sistemas de unión y terminación en los materiales de punto.

Se partirá del traje de baño por su situación de contacto directo con el cuerpo. Es sobre esta prenda que se deberá encontrar un principio instrumentador del diseño, el

cuál deberá prolongarse y articularse obligatoriamente a todas las prendas de la colección teniendo en cuenta una estética unitaria.

La línea tiene que estar compuesta por las siguientes tipologías: 1- Traje de Baño, 2- Una prenda cuya situación de uso sea la de cubrir el cuerpo, sin salir del contexto de la playa, para actividades como almuerzo, caminata, ETC., 3- Cinco prendas que cubran las necesidades de actividades en una situación de vacaciones, teniendo en cuenta los cambios climáticos propios del clima marítimo.

Presentación: El trabajo será realizado en grupo de tres personas que elaborarán en conjunto el análisis y la toma de partido y luego se dedicarán al diseño de: a) Una línea de trajes de baño compuesta por tres diseños. b) Una línea de tres complementos para los trajes de baño. c) Una línea de prendas (cinco) de las cuales una debe ser obligatoriamente un abrigo.

Materialización : 1- Traje de baño, 2- El complemento de playa del traje de baño, 3- Conjunto de prendas complementarias.

Láminas a entregar: * Análisis de cuerpos. * Análisis de materiales y terminaciones en punto. Propuesta de nuevas alternativas de terminación. * Propuesta estética de la línea: elección y análisis de un diseñador como punto de partida y referente estético. * Figurines de la línea. Propuesta de accesorios que complementen la imagen (zapatos, bolsos, bijoux). * Geométrales de todas las prendas. * Cartas de color, carta de materiales y de terminaciones.

Duración: 8 clases.

TP 4: Unidad IV

DISEÑO DE VESTIMENTA PARA IMAGEN CORPORATIVA.

Desarrollo de la indumentaria institucional para las diferentes áreas de los supermercados DISCO.

Objetivos: Relación entre las diferentes áreas del habitar y la vestimenta en función de una toma de partido común, así como las diferentes funciones y roles que conviven en el proyecto vestimentario.

Replanteo de las tipologías preestablecidas para determinadas funciones.

Integración de la gráfica a la vestimenta.

Jerarquización y reconocimiento de roles a partir de una imagen unificadora.

Desarrollo y pauta: Reconocimiento y lectura de las pautas de COMUNICACION de la empresa en los lenguajes gráficos, arquitectónicos, visual. Su traducción al lenguaje vestimentario.

Derivaciones formales del LOGO empresario en el plano vestimentario.

Aspecto funcional. Análisis de los diferentes roles de los usuarios. Movimientos corporales. Ubicación geográfica-espacial del puesto de trabajo. Desplazamientos.

Género: masculino-femenino y roles.

Necesidades térmicas. Exterior e interior. Necesidades de mantenimiento.

Necesidades impuestas por la movilidad laboral. Necesidades impuestas por la higiene.

a) Se analizará el target de su clientela y las características que lo posicionan frente a los demás supermercados (servicio). Se analizará la relación entre el área de alimentación y las restantes. Se analizarán asimismo los elementos materiales manipulados por el personal. Se trabajará sobre los siguientes roles: cajeros/as, repositores (hombre-mujer), personal de administración (hombre-mujer), servicio de góndolas (hombre-mujer), cadetes de reparto.

b) Propuesta de materiales para los diferentes roles. Determinación de la toma de partido. Evaluación.

Se diseñarán, además, 5 elementos de material descartable para el área de servicio de alimentación: barbijos, guantes, cofias, delantales, bajo manga, etc. Intervenciones posibles sobre tales materiales.

Presentación: El análisis se entregará con un mínimo de 3 páginas más material visual.
Cada grupo debe diseñar y presentar en láminas A4 la totalidad de los roles considerados, adjuntando geométrales, materiales, uniones, terminaciones, avíos.
Láminas donde se vea claramente los materiales utilizados. Las intervenciones sobre los mismos, carta de color, tipo de uniones y avíos.
Cada uniforme o diseño será acompañado de las consignas de uso (peinado, maquillajes y accesorios), como también de las instrucciones de mantenimiento (lavado, planchado, guardado).
Cálculo de unidades totales en uso y stock para la empresa. Previsión de reposición.
Cada grupo debe materializar un uniforme por persona que lo integra.
Book de fotos.

Duración: 10 clases.

TP5 : Unidad V

DISEÑO DE NUEVOS PRODUCTOS A PARTIR DE UN SISTEMA CONSTRUCTIVO Y UN TIPO DE MATERIAL ESPECIFICOS DE ALTA TECNOLOGÍA (NO PERTENECIENTES AL SISTEMA INDUMENTARIO).

El Diseño a partir de un sistema de producción y comercialización. Modalidad de comercialización masiva, sin mediación de un vendedor. Diseño a partir de desperdicios de producción.

Objetivos: Diseño de producto en función de un sistema de producción y comercialización de venta no asistida para supermercado.

Producto de difusión masiva y variable de costo (venta en supermercado y por catálogo)

Uso restrictivo del material y del sistema constructivo

Comunicación y lectura del producto.

Cuerpo infantil.

Desarrollo y pauta: a) Variables a tener en cuenta en el desarrollo de diseño del producto: - Límite de costo en el producto de carácter masivo; - Utilización de un material único y de alta tecnología para la totalidad de la línea; b) Extensión del concepto de vestimenta a partir de la utilización de un único sistema constructivo que incorpore los accesorios al mismo.

Diseñar una línea de productos de vestimenta y accesorios para niños de 2 a 6 años o de 6 a 10 años para ser comercializado en las góndolas de un supermercado y /o por catálogo.

Los productos estarán diseñados a partir de un único material y sistema constructivo (uniones, avíos, terminación, elementos de articulación, y compuesto por superposición de capas).

La propuesta de diseño surge de aprovechar los restos de material y las técnicas constructivas de una producción de indumentaria de alta tecnología ejemplo: trajes de agua, windsurf, ski, kayak, o ciclismo, montañismo etc.

Los productos deberán ser atractivos y comprensibles para adquirirlos sin mediación de vendedor diseñándose el sistema de exposición y packaging. Asimismo se promoverá un sistema de venta por catálogo debiendo cada alumno desarrollar el folleto de venta (fotos, curva de talles, carta de color, etc.)

La línea estará compuesta por elementos para diferentes funciones asociados por material y sistema.

Presentación : Se trabajara en equipo; cada alumno diseñara 4 elementos debiendo materializar uno o dos de acuerdo a la complejidad del mismo.

1) Análisis: Sistemas constructivos. Materiales. Necesidades y posibilidades de la vestimenta para niños. Sistema de packaging. Catalogo de ventas. 2) Toma de partido: memoria descriptiva y lamina síntesis del sistema elegido. 3) Desarrollo de

los diseños. 4)Geométrales y detalles constructivos. 5)Prototipos. 6)Diagrama de presentación en góndola y packaging. 7)Catalogo de Ventas.

Duración: 10 clases.

TP 6: Unidad VI

TRABAJO FINAL. EL APOORTE DEL DISEÑADOR.

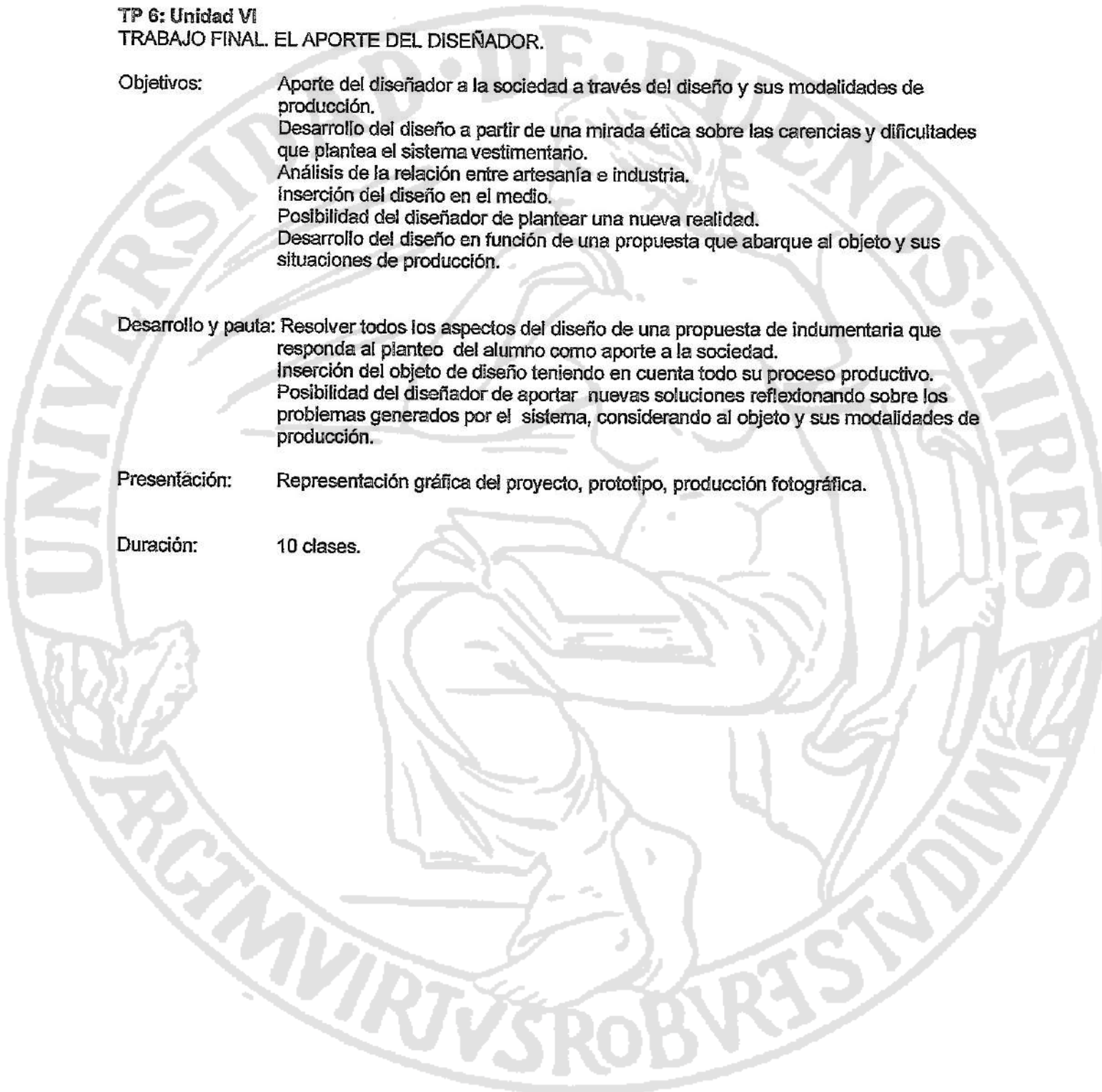
Objetivos:

- Aporte del diseñador a la sociedad a través del diseño y sus modalidades de producción.
- Desarrollo del diseño a partir de una mirada ética sobre las carencias y dificultades que plantea el sistema vestimentario.
- Análisis de la relación entre artesanía e industria.
- Inserción del diseño en el medio.
- Posibilidad del diseñador de plantear una nueva realidad.
- Desarrollo del diseño en función de una propuesta que abarque al objeto y sus situaciones de producción.

Desarrollo y pauta: Resolver todos los aspectos del diseño de una propuesta de indumentaria que responda al planteo del alumno como aporte a la sociedad.
Inserción del objeto de diseño teniendo en cuenta todo su proceso productivo.
Posibilidad del diseñador de aportar nuevas soluciones reflexionando sobre los problemas generados por el sistema, considerando al objeto y sus modalidades de producción.

Presentación: Representación gráfica del proyecto, prototipo, producción fotográfica.

Duración: 10 clases.



PROGRAMA

PROPUESTA DE LA CÁTEDRA

Concepción de la materia:

Diseño de indumentaria es la materia troncal de la carrera a través de la cual convergen los conocimientos adquiridos en las demás asignaturas.

El objetivo fundamental es enseñar a diseñar. Encausar el aprendizaje hacia una metodología de diseño entendiendo al mismo como un proceso de síntesis.

El diseño de indumentaria es básicamente el diseño o el rediseño de un cuerpo. A través del objeto vestimentario, lo que se proyecta es una nueva condición para el mismo. El cuerpo es el soporte de la vestimenta. La ropa no es autoportante, toma forma a partir de un cuerpo creando una relación dialéctica, modificando mutuamente su condición.

El eje de la materia descansa en la intervención sobre el cuerpo como punto de partida y estructura del diseño y en el textil como la materia generadora de la forma a partir de sus diversas modalidades expresivas.

Tanto el cuerpo como la vestimenta constituyen un lenguaje. A fin de interpretar la significación del sistema se trabaja a partir de la relación que se establece entre la vestimenta, el cuerpo y el contexto.

El proyecto se plantea como una práctica contextualizada en el campo social definida por sus valores de uso.

La problemática del diseño se enfoca a partir del uso y la función, reconociendo las necesidades del usuario, los recursos con los que se cuenta para llevarlo a cabo, el sistema de producción, su inserción en el mercado, y su incidencia en la sociedad.

Propuesta pedagógica.

La facultad es esencialmente un lugar de intercambio de saberes, el encuentro entre la sabiduría del pasado y del futuro.

Se parte de la condición dialéctica de la enseñanza considerando al aprendizaje como un largo proceso reflexivo. La intención de la cátedra es movilizar ese proceso, creando situaciones para que el alumno ancle, se conecte con experiencias anteriores para poder proyectar su propio conocimiento.

La idea es generar conceptos amplios, abarcativos, transferibles a diferentes situaciones, impulsando una cultura de pensamiento, de modo que el alumno arribe a los conceptos.

Se trabaja en reflotar las dificultades e indicios que surgen en el grupo, a fin de lograr una verdadera interacción, valorizando al error y la dificultad como instancias de riqueza en este proceso.

Metodología.

La enseñanza de diseño se desarrolla mediante una dinámica de taller. A través de la ejercitación se arriba a los conceptos planteados en el programa.

Si bien en el diseño intervienen múltiples variables, en los ejercicios las mismas se parcializan a fin de lograr un proceso gradual de aprendizaje.

Los ejercicios están planteados de modo tal que el alumno incorpore una metodología de diseño (mediante el desarrollo de procesos analíticos), y amplíe su horizonte de conocimiento. Se parte de una investigación sobre el problema y posibles fuentes de referencia o apoyo para el desarrollo del proyecto de modo de abrir su mirada hacia nuevos planteos.

Para el desarrollo de la propuesta se trabaja mediante la representación gráfica de las ideas y la materialización de prototipos como verificación y motivación hacia nuevas soluciones de diseño.

La problemática del diseño se enfoca a partir del uso y la función, reconociendo las necesidades del usuario, los recursos con los que se cuenta para llevarlo a cabo, el sistema de producción, su inserción en el mercado, y su incidencia en la sociedad.

OBJETIVOS GENERALES

- QUE EL ALUMNO APRENDA A DISEÑAR.
- Que pueda plantear y resolver problemas de diseño.
- Reflexionar sobre las consecuencias de su intervención en el hábitat.
- Desarrollar una actitud ética a través del aporte de su diseño a la sociedad.
- Incentivar la propuesta de nuevas soluciones a partir del replanteo de un orden anterior.
- Vincular el proyecto al campo de la producción a fin que pueda lograr soluciones racionales en su desarrollo.

Para acceder a estos objetivos, se hará hincapié en:

- Desarrollar un profundo conocimiento morfológico del cuerpo, el textil y las diferentes manifestaciones del hábitat; a fin de poder proyectar las ideas al campo de las formas.
- Promover una actitud crítica y reflexiva del contexto y del mundo objetual, a fin de posibilitar esta transformación.
- Elaborar procesos sistemáticos para el análisis y conocimiento de los factores sociales, tecnológicos, económicos, involucrados en el diseño, con una mirada crítica, a fin de reformular los programas de diseño.
- Incentivar su capacidad creadora y de síntesis proyectual como factor decisivo de dichos procesos.

Se trabajará mediante el reconocimiento del usuario y su relación con el objeto vestimentario, a partir de un contexto de referencia.

El proyecto se plantea a partir del usuario mediante sus necesidades funcionales, a partir de las características del mismo como cuerpo soporte (morfológicas, sociales y culturales) y los recursos con los que se cuenta para llevar a cabo el proyecto (sistema de producción, tiempo, materias primas, tecnología, mano de obra, etc.).

BIBLIOGRAFIA.

DISEÑO DE INDUMENTARIA I

- P. Yonnet; "Juegos, modas y majas"; Geolisa.
- "El vestido habla" (cap.I: Comunicación no verbal, psicología y semiótica).
- "Street & Style".
- Newsweek, artículo en español, 2 de abril de 1997.
- Clarín, artículo, 2 de mayo de 1994.
- L. Gavarron; "Piel de ángel"; Tusquets.
- Y. Deslandres; "El traje, imagen del hombre"; Tusquets.
- B. Munari; "Cómo nacen los objetos";
- P. Crocci, A. Vitale; "Los cuerpos dóciles";
- J. Laver; "Breve historia del traje y la moda"; Ensayos Arte Cátedra.
- A.Hollander; "Sex and Suits"; Kodansha Globe.
- "Vintage denim"
- U. Eco, Dorfler y otros "Psicología del vestir"
- "Issey Miyake"; Taschen.

DISEÑO DE INDUMENTARIA II

- G. Lipovetsky; "El imperio de lo efímero"; Anagrama.
- A.Hollander; "Sex and Suits"; Kodansha Globe.
- T. Maldonado; "Lo real y lo virtual";
- J. Baudrillard; "De la seducción"; Rei Argentina.
- C. Alexander; "Ensayo sobre la síntesis de la forma"; Infinito.
- G. Spoles, L. David Burns; "Changing appearances"; Fairchild edit.
- L. Gavarron " Las dos caras de la moda".
- N. Chaves; "Diseño de imagen corporativa";

PAUTAS GENERALES DE EVALUACION. REGLAMENTO.

- Notas: de 1 (uno) a 10 (diez), se aprueba con 4 (cuatro).
- No se aceptarán entregas fuera de término ni fuera de horario. El ausente es desaprobado - 0 (cero).
- Al finalizar el primer cuatrimestre se hará una evaluación parcial. Los alumnos deberán cumplimentar el porcentaje de asistencia y haber aprobado los trabajos prácticos necesarios para mantener la regularidad.
- Tres entregas desaprobadas en un mismo período cuatrimestral significan libre (no regular).
- El porcentaje mínimo de asistencias será del 75%.
- Cada docente tendrá una evaluación por clase de todos sus alumnos.
- Un docente (a designar) llevará una lista general de toda la cátedra, donde constarán las evaluaciones parciales.
- Se confeccionará una planilla donde consten las apreciaciones de los docentes sobre el trabajo de sus alumnos, además de la evaluación específica sobre el cumplimiento del trabajo práctico.
- Se evaluará:
 - a. Grado de evolución.
 - b. Grado de profundización en el tema.
 - c. Toma de partido.
 - d. Desarrollo de la propuesta.
 - e. Aportes y originalidad.
 - f. Presentación y representación del proyecto.
 - g. Presencia en clase.
- Para guardar/archivar los trabajos, cada grupo (correspondiente a un docente) tendrá un espacio destinado en el "cuartito", un ayudante (a designar) será el encargado del archivo.
- Cada docente llevará una memoria de las clases y los emergentes de su grupo, el J.T.P. recibirá cada clase los informes de las comisiones.
- Habrá por lo menos un esquioc cada quince días, referente al tema que se está tratando. Ese tiempo servirá para reunión y evaluación.
- Se trabajará la conexión entre grupos.
- Habrá una largada del ejercicio par todo el taller y luego las devoluciones parciales las harán los diferentes docentes con ejemplos de sus propios grupos.
- Se hará una devolución general con ejemplos.
- Se enchincha todas las clases.
- No habrá devoluciones personales diarias. Los docentes no harán mas de cinco devoluciones diarias, las que deberán abarcar un espectro variado de los problemas que se plantean con la ejercitación.
- Se trabajará la autoevaluación y la evaluación del compañero.

LISTADO DE DOCENTES

NIVEL 2: DISEÑO DE INDUMENTARIA I

Jefa de trabajos prácticos: Alejandra Plaza

Docentes: María Eugenia Kartaszewicz

Diana Ambram

Ignacio Castelli

NIVEL 3: DISEÑO DE INDUMENTARIA II

Adjunta: Norma Bertol

Docentes: Andrea Albasini

Florencia Oyanguren

