

**UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES
FACULTAD DE ARQUITECTURA, DISEÑO Y URBANISMO
CARRERA DE DISEÑO DE INDUMENTARIA Y TEXTIL**

**Asignatura: Packaging
Cátedra: Romero**

Curso: anual

PROGRAMA

Propuesta de la Cátedra

El diseño de envases es desde hace años , una actividad en constante e intenso crecimiento, debido a factores concurrentes. Esta directamente vinculada al desarrollo de nuevos productos y aportaciones sucesivas de nuevas tecnologías, tanto en el campo de la producción de envases como en el de la impresión, y al mercado, que es el contexto en el que se centra toda esta actividad. Este marco de referencia, se encuentra orientado a satisfacer la demanda de los deseos del consumidor, no solo en lo que al aspecto funcional de los productos se refiere, sino y fundamentalmente, a los aspectos simbólicos. Hoy y cada vez con mayor incidencia , son los aspectos simbólicos los que priman en la decisión de compra, porque es allí donde se instala el deseo como motor del consumo, y los objetos responden con su carga de significados a esos deseos. Consumidores que han dejado su rol pasivo, modificados por estos cambios, y ejerciendo con mayor presencia su decisión de compra con respecto a esos signos (productos y envases) que se insertan culturalmente en una sociedad, francamente orientada hacia el consumo masivo.

Lo apuntado, quiere señalar el alto grado de complejidad y competitividad del mercado, y que cualquier operatoria que se realice en el no puede soslayar la intervención de conceptos de distintas disciplinas: economía, psicología, sociología y lingüística.

El profesional , debe agregar a su formación específica el conocimiento de estas áreas y su articulación en todo el proceso de desarrollo, integrándose interdisciplinariamente, y debiendo traducir los estudios e investigaciones a conceptos visuales, donde lo simbólico tiene que objetivarse en la imagen del producto. En lo proyectual, todo lo señalado, interviene en el campo de las restricciones con las cuales debe operar su diseño, y es allí, donde luego de incorporadas todas las variables, pone en juego su conocimiento y su creatividad. Conocimiento y creatividad que solo puede operar con eficacia, en tanto se desarrolle con un enfoque de trabajo o una metodología que racionalice y ordene todos sus pasos.

Objetivos

Comprensión de las variables que se articulan en el desarrollo de diseño de la imagen visual de envases.
Racionalización de los métodos de abordaje en sus aspectos contextuales, conceptuales y proyectuales.
Siendo esta materia vincular entre las distintas áreas de la empresa y el marketing, se explicitará el rol del diseñador y su metodología de trabajo.
Conocimiento del mercado y de la tecnología, ya que en lo proyectual, la articulación de esas áreas, interviene en el campo de las restricciones con las cuales debe operar su diseño.

Contenidos

Caracterización del diseño de envases de productos de consumo masivo
El concepto de producto en el marco nacional e internacional.
Enfoque de trabajo. Etapas de realización. Hipótesis de trabajo. Anteproyecto.
Proyecto. El informe básico del producto.
Reproducción de un envase de vidrio o plástico. Moldeado en yeso. Pasado
Del positivo. Moldería. Paredes. Enganches, registros de unión, vaciado del material. Tecnologías de vidrio y soplado. Estuchería –tipologías-.El sacabocado

**UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES
FACULTAD DE ARQUITECTURA, DISEÑO Y URBANISMO
CARRERA DE DISEÑO DE INDUMENTARIA Y TEXTIL**

**Asignatura: Packaging
Cátedra: Romero**

Curso: anual

troqueles, trazados, punteados-
Supermercadismo. El relevamiento . El mercado. Análisis y clasificación de rubros.
Decodificación de los elementos constitutivos de un envase. La marca. La fotografía, la ilustración.
Significación del color y de la forma – Apelaciones – Resoluciones formales .
Sobre el carácter simbólico del envase – El usuario – Identidad y comunicación.
El concepto del producto – Abordaje metodológico – Componentes visuales del sistema.
El usuario. Identidad y comunicación. Jerarquías de la información.
El pack industrial, valores ergonómicos y comunicacionales Realización de prototipos,
Resoluciones técnicas, materiales. Proceso del diseño bidimensional y tridimensional.
Formas esenciales para el dibujo de representación.
Etiquetería, tipologías – Requisitos legales – Código de barras.
El Diseño y el Rediseño. El envase promocional institucional.

BIBLIOGRAFIA

Romero, Hector –apuntes generados por la cátedra-
Wilensky Alberto – Marketig Estratégico- Ediciones Tesis
Vidales Giovanetti, Maria Dolores – El Mundo del Envase- Edic. Gustavo Gilli –
Barcelona.
Sonsino, Steven – Packaging – Editorial Gustavo Gilli.
Sha Company Ltda. -Packaging – Structural Design on paper board cartoons.
Munari, Bruno – Como nacen los objetos – Editorial Siglo XXI .
Baudrillard, Jean – El sistema de los objetos – Editorial Siglo XXI.

Pautas de evaluación

El punto de partida, será generado por las clases teóricas del titular o de invitados especiales.
Su continuación, estará guiada por el desarrollo de la capacidad de observación y el análisis de casos que el alumno aportará desde la realidad del mercado, para debatir en el aula.
todas las unidades se desarrollarán teniendo en cuenta las siguientes pautas: La participación activa del alumno, el seguimiento de todos los pasos proyectuales, y la generación de interrogantes a resolver, individual y grupalmente y se tendra en cuenta el siguiente criterio:

Desarrollo del proceso proyectual y las aptitudes en la comprensión de los contenidos teóricos.
La actitud, actividad y participación del alumno en las correcciones individuales y grupales.
El seguimiento de los trabajos en clase, las estrategias empleadas y los pasos en la investigación y proyectación.

Las calificaciones se realizarán mediante una escala numérica de cero a diez, en cada uno de los Trabajos Prácticos , en la que estará considerada, además del resultado final, el proceso de trabajo y el grado de participación del alumno en las tareas individuales y grupales programadas por la cátedra.

**UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES
FACULTAD DE ARQUITECTURA, DISEÑO Y URBANISMO
CARRERA DE DISEÑO DE INDUMENTARIA Y TEXTIL**

**Asignatura: Packaging
Cátedra: Romero**

Curso: anual

Reglamento de Cátedra

Sobre la base de cuatro horas semanales, se requerirá el 75% de asistencia sobre el total de la cursada y el 100% de asistencia a clases teóricas, dictadas por el titular de la cátedra. Los trabajos prácticos serán obligatorios. Durante el curso el alumno deberá aprobar el 100% de los mismos.

Listado de Docentes

	Cargo	Categ
Eduardo Bermudez –	JTP,	(JTP)
Claudio Seltzer --	Ayte 1	(JTP)
M.Lorena Lopez Jordan	Ayte 2	Ayte 1
Fernanda, Kuroda	Ayte 2	Ayte 1
Marta Biagioli	Ayte. 2	Ayte 2
Hernan, De la Torre	Ayte 2	Ayte. 2
Maria Fernanda Garcia	Ad. Hon.	Ayte 2
Miguel Lopez Cornejo	Ad. Hon.	Ayte 2

GUIA DE TRABAJOS PRACTICOS

T.P. Nro. 1

Tema:
Reproducción de un envase de vidrio o plástico.

Objetivos

Planteo inicial del funcionamiento de un molde primitivo: verificación práctica del comportamiento del material, paredes débiles, registro de unión, vaciado del material.
Acercar al alumno al material y a la tridimensión, para poder realizar maquetas (prototipos), que le permitan visualizar sus diseños desde el plano al espacio.

Técnicas

Las que se aplican para la realización de moldería y pasado en yeso, que se realizan en clase..

Condiciones de entrega

Se solicita al alumno para la clase siguiente la entrega del frasco o botella reproducido en yeso y se verifica las condiciones de realización

Duración: 1 clase

T.P. Nro. 2

Tema:

**UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES
FACULTAD DE ARQUITECTURA, DISEÑO Y URBANISMO
CARRERA DE DISEÑO DE INDUMENTARIA Y TEXTIL**

**Asignatura: Packaging
Cátedra: Romero**

Curso: anual

Supermercadismo. Relevamiento.

Objetivos:

Ingresar al alumno en el conocimiento de la caracterización del diseño de envases de consumo masivo. Decodificar los elementos constitutivos de un envase. Significación del color y de la forma. El carácter simbólico del envase. El usuario. Identidad y comunicación. El concepto de producto. Componentes visuales sistémicos. El pack industrial. Valores ergonómicos y comunicacionales.

Condiciones de entrega

El alumno realizará en grupo un relevamiento en un supermercado, de 3 rubros y de cada rubro elegirán 3 productos. Con ese material y el informe que produzcan se analizarán en clase las observaciones, comparaciones y conclusiones relacionadas con los productos relevados. Presentándose en carpeta A4 (con información teórica y gráfica).

Duración: 2 clases

T.P. Nro. 3

Tema:

El Brief de producto.

Objetivos

El conocimiento a partir del brief (entendido como compendio o resumen de información), y su valor como documento, extendido por el comitente, acerca del producto a diseñar. Cada alumno, realizará su propio informe del producto que decide diseñar. En el constarán los datos sobre el mercado, competencia, restricciones legales, presentación, materiales a utilizar, capacidades y toda otra información que considere relevante para su proyecto.

Condiciones de entrega

Se entregará el brief, acompañado de todos los elementos que se incluyeron en el relevamiento, Productos reales, fotos, análisis y gráficos.

Duración: 2 clases.

T.P. Nro. 4

Tema:

Diseño del prototipo

Objetivos:

Introducir al alumno en el conocimiento del proceso de diseño bidimensional, concluyendo en la resolución tridimensional (prototipo). En esta etapa y antes de iniciar la tarea de construir la maqueta, se insistirá en el bocetado bidimensional del objeto, teniendo en cuenta su resolución a partir de formas geométricas esenciales. Comprensión de los valores conceptuales, comunicacionales, simbólicos y ergonómicos. Utilización del brief, como pauta de diseño.

**UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES
FACULTAD DE ARQUITECTURA, DISEÑO Y URBANISMO
CARRERA DE DISEÑO DE INDUMENTARIA Y TEXTIL**

**Asignatura: Packaging
Cátedra: Romero**

Curso: anual

Condiciones de entrega:

Se entregará para su calificación, el prototipo realizado en la técnica acordada con el docente, sin el color. Esto se realiza en dos tiempos para que el alumno pueda reconocer en toda su dimensión, el nivel de pregnancia que tiene la forma en si misma despojada del color y pueda elaborar junto a la comisión todas las asociaciones que provoca un determinado objeto, su correlación de formas, la resolución de sus volúmenes y las costuras entre ellos.

Duración: 6 clases.

T.P. Nro. 5

Tema:

Diseño de etiquetería

Objetivos:

Establecer las relaciones de colores y formas con el objeto. Tipologías. Sistemas de impresión. Sistemas de etiquetado. Requisitos legales. Código de barras.

Condiciones de entrega:

Este trabajo práctico completaría la entrega final del cuatrimestre, la que incluiría como en todos los casos de entregas y preentregas, toda la documentación del desarrollo del proyecto, láminas, carpetas bocetos y apuntes, mas el prototipo corpóreo completo (con color y etiqueta correspondiente)

Duración: 3 clases.

Finalización del primer cuatrimestre. Se considera un total de 16 clases incluyendo la entrega final del cuatrimestre.