



PROGRAMA ANALÍTICO.

1. DATOS GENERALES DE LA ACTIVIDAD CURRICULAR

ASIGNATURA: ANÁLISIS DEL DISEÑO DE INDUMENTARIA Y TEXTIL 2

CÁTEDRA: ARQ. MARIANA PILAR GAVITO. AÑO 2019

Plan de estudios: Carrera de Diseño de Indumentaria (Resolución CS n° 6182/16) y Diseño Textil (Resolución CS n° 6183/16)

Carga horaria total: 45 horas

Carga horaria semanal: 3 horas

Duración del dictado: cuatrimestral. 1° y 2° cuatrimestre

Turnos: viernes por la tarde

Tipo de promoción: Examen final

UBICACIÓN EN EL PLAN DE ESTUDIOS

CICLO SUPERIOR DE GRADO (CSG): NIVEL 2

2. OBJETIVOS

- 1- Pensar al Diseño en tanto sus posibilidades concretas de intervenir en un determinado contexto para mejorar su calidad de vida del hombre.
- 2- Comprender y promover estrategias de diseño para lograr materializar la producción y comercialización del diseño de indumentaria y textil en un mercado nacional e internacional.
- 3- Ubicar al diseño con fundamentación científica en un plano posible de producción acorde a los nuevos paradigmas culturales y tecnológicos.
- 4- Establecer criterios y metodologías para alcanzar la producción y consumo de indumentaria y textil en función de las cualidades ideológicas, materiales y simbólicas del diseño propuesto.
- 5- Brindar al alumno las bases conceptuales y metodológicas para integrar lo creativo en el proceso de diseño con propuestas de innovación posibles de producir.



3. CONTENIDOS

Unidad 1: ANÁLISIS DE TENDENCIAS

Introducción al análisis de tendencias. Tendencias y modelos de comunicación.
Elementos constitutivos de la tendencia en el diseño textil y de indumentaria.
Relación con el diseño de una época. Contexto histórico.
Relación entre imagen de marca, tendencia y diseño de producto.
Aproximación a la construcción de un modelo teórico acorde de análisis a nuestro campo de acción.

Unidad 2: SISTEMAS DE LA MODA

La “Buena Forma” y el “Styling”. Estilos, géneros discursivos y tendencias.
Análisis estilístico. Concepto de estilo. Estilos en diferentes casos de la Historia. Estilo y sintaxis de la imagen. Determinación de las influencias y citas estilísticas en el diseño contemporáneo. Perfil profesional del diseñador y sus estilos.

Unidad 3: DISEÑO, COMUNICACIÓN Y CONSUMO

Elaboración de un diagnóstico de tendencias: Relevamiento, documentación y análisis.
Sistemas de comunicación contemporáneos como soporte de visualización de diseño de innovación. Aporte de otras áreas del Diseño para su comunicación y consumo. Retórica del diseño contemporáneo.

Unidad 4: EL PODER DE LA IMAGEN DE MARCA

Análisis de marca. Estrategias de comunicación en el diseño actual. Imagen de marca en la publicidad. Espacios de difusión e intercambio de imágenes y símbolos. Gestión de intangibles como valor diferenciador del producto. Valores funcionales y comunicativos del producto de diseño. Relaciones sistémicas entre producto, imagen y consumo.

Unidad 5: VISIÓN PLURAL DEL DISEÑO PARA SU PRODUCCIÓN

Postura ideológica del diseñador frente al sentido del Diseño.
Diseño para la industria y “Diseño de Autor”. El sentido del Diseño en el contexto contemporáneo.
La proyección argumental de las tendencias en los sistemas, modelos y series.
Relaciones entre ideación, análisis y puesta en práctica.
El análisis de tendencias como posible actividad profesional. Estrategias para su implementación.

Modalidad de Enseñanza:

El desarrollo de las clases se dará en dos instancias de trabajo: clases teóricas y clases prácticas.
Clase teórica: presenta los temas correspondientes a la asignatura desde la propuesta de la cátedra. Ubica al alumno en el abordaje teórico del análisis del diseño, como así también, lo orienta y estimula hacia su propia observación de la problemática presentada. El soporte de la clase teórica contempla los siguientes aspectos: marco teórico conceptual, referentes bibliográficos y material audio visual.
Clase práctica: este es el lugar y el momento para el desarrollo de los trabajos prácticos.



Los trabajos prácticos tienen como objetivo fundamental:

- . Relacionar los aspectos teóricos planteados en la clase teórica con casos de estudio seleccionados.
- . Incentivar la investigación.
- . Construir relaciones y reflexiones justificadas.
- . Incorporar los referentes bibliográficos como fundamentación en los procesos del análisis del diseño.

Modalidad de evaluación:

Se dará especial atención a la participación del alumno en los trabajos realizados en el taller.

Aspectos de evaluación:

- . Compromiso y participación en las mesas de debate y reflexión.
- . Contenido de los trabajos y documentos presentados.
- . Criterios de abordaje, desarrollo y resolución del mismo.
- . Justificación en la selección de referentes bibliográficos.
- . Profundidad en el desarrollo de las reflexiones elaboradas.
- . Integración y síntesis de los temas desarrollados.

Etapas de evaluación:

- . Los trabajos prácticos
- . Un parcial o dos parciales (con posibilidad de recuperarlos, en caso de no aprobarlos).
- . Un examen final: se le tomará al alumno un examen escrito y oral en las fechas previstas por el cronograma de la FADU, pidiéndole que desarrolle un tema con consignas detalladas. El tema desarrollado deberá tener una sólida justificación bibliográfica.

Bibliografía:

- Aldersey-Williams, Hugh, *New american design*, Rizzoli, Nueva York, 1988
- A.A.V.V, *La innovación en el diseño y sus protagonistas*, Centro de Promoción de Diseño y Moda, Sevilla, 1988
- A.A.V.V, *Los objetos*, Editorial Tiempo contemporáneo, Buenos Aires, 1971
- Barthes Roland, *El sistema de la moda*, Gustavo Gilli, Barcelona, 1967
- Baudrillard, Jean, *El sistema de los objetos*, Siglo XXI, Madrid, 1968
- Campbell, Tom, *Siete teorías de la sociedad*, Cátedra, Madrid, 1994
- Carrillo Rubio, Lourdes, *La moda moderna. Génesis de un arte nuevo*, Ediciones Siruela, Madrid, 2010
- Colchester, Chloe, *The new textiles*, Rizzoli, New York, 1991
- Debray, Régis, *Introducción a la medio logía*, Paidós, Barcelona, 2001
- Dorfles, Gillo, *Moda y Modos*, Editorial Engloba, Valencia, 2002
- Ermer, Guillaume, *Sociología de las tendencias*, Gustavo Gilli, Madrid, 2015
- Jung Carl, *Arquetipos e inconsciente colectivo*, Ed. Paidós, 1991
- Lipovetsky Gilles, *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas*. Anagrama, Barcelona, 1990
- Moles Abraham / Costa Joan, *Publicidad y Diseño*, Ed. Infinito, Bs As, 1999
- Polhemus, Ted, *Street style, From sidewalk to catwalk*, Thames and Hudson, London, 1994
- Polhemus, Ted, *Style surfing*, Thames and Hudson, London, 1996
- Saltzman Andrea, *El cuerpo diseñado*, Ed. Paidós, Bs AS, 2006
- Saulquin, Susana *La muerte de la moda* Ed. Paidós, Bs. As, 2010
- Saulquin, Susana *Política de las apariencias*, Ed. Paidós, Bs. As, 2014
- Schweiger, Weder J., *Wiener Werkstatt Design in Vienna 1903-1932*
- Thames and Hudson/Abbeville Press, Londres y Nueva York, 1984



UBA, FADU.

Universidad
de Buenos Aires

Facultad de Arquitectura
Diseño y Urbanismo

