



PROGRAMA ANALÍTICO

ASIGNATURA: ANALISIS DEL DISEÑO DE INDUMENTARIA Y TEXTIL 2
CATEDRA: EX MACCHI

- Plan de estudios: Nuevo
- Carga horaria total: 45 hs
- Carga horaria semanal: 3 hs
- Duración del dictado: 1 cuatrimestre
- Turnos: Mañana
- Tipo de promoción: Con examen final

UBICACIÓN EN EL PLAN DE ESTUDIOS

CICLO SUPERIOR DE GRADO (CSG) NIVEL 2

2. OBJETIVOS

1- Establecer criterios y sentar las bases metodológicas para la implementación de diferentes modelos de análisis de la producción en función de las cualidades del producto de diseño.

2- Desarrollar la capacidad crítica del alumno sobre bases sólidas, emergentes de modelos teóricos de conocida trayectoria, trabajando a partir de la comprensión de los alcances de cada modelo, su contexto de aplicación y focalización.

3-Que el alumno comprenda y valore la integración del análisis de tendencias en su actual y futura practica profesional como un elemento clave y de rigurosa implementación en el marco productivo de las grandes marcas y empresas.

4-Brindar al alumno las bases y la estructura operativa para integrar el análisis de tendencias en las distintas instancias que comprenden el diseño .

3. CONTENIDOS

Unidad 1:

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 acorde de análisis a nuestro campo de acción.

Unidad 2:

Estilo, géneros discursivos y tendencias.

Análisis estilístico. Concepto de estilo. Estilo y género. Historia del arte e historia de los estilos. Estilo y sintaxis de la imagen. Determinación de las influencias y citas estilísticas en el diseño contemporáneo. Estilo de un diseñador. Estilo y “styling”.

Unidad 3:

Elaboración de un diagnóstico de tendencias: Relevamiento, documentación y análisis.

Sistemas de comunicación, operaciones formales y rasgos estilísticos en el diseño actual.

Retórica del diseño contemporáneo.

Unidad 4:

Análisis de marca. Estrategias de comunicación en el diseño actual. Imagen de marca e

imagen de campaña. Espacios de difusión e intercambio de imágenes y símbolos.

Valores funcionales y comunicativos del producto de diseño. Relaciones sistémicas entre producto, imagen y consumo.

Unidad 5:

El proyecto de diseño en el contexto del análisis de tendencias. La proyección argumental de las tendencias en los sistemas, modelos y series.

Relaciones entre ideación, análisis y puesta en práctica.

El análisis de tendencias en el contexto del mercado laboral. Estrategias para su implementación.

Modalidad de Enseñanza:

Las clases se organizarán alrededor de una agenda de trabajos teórico-prácticos que los alumnos deberán cumplimentar siguiendo las unidades temáticas del programa. Estas unidades temáticas no se homologan linealmente con los contenidos específicos, sino que, siguiendo los contenidos mínimos generales previstos por la asignatura, podrán irse adaptando dinámicamente en función del rendimiento y la performance de los estudiantes en cada clase.

Los ejes del trabajo didáctico serán:

1. Clases teóricas, en las que se introducirán los módulos temáticos, y la terminología pertinente y donde se creará el marco conceptual para la comprensión de los textos de lectura.



UBA, FADU.

Universidad de Buenos Aires Facultad de Arquitectura
Diseño y Urbanismo

2. Clases teórico-prácticas, orientadas a la comprensión y análisis de los textos de lectura obligatoria. En las mismas se trabajará con guías de lectura, cuestionarios y guías de análisis, con el objeto de poner en práctica los modelos teóricos.

3. Esquicios de análisis. En ellos, los alumnos pondrán a prueba en forma progresiva los elementos conceptuales apreñados, ejercitarán su capacidad de observación y análisis, e irán estructurando una logística destinada a evaluar los emergentes del proceso analítico.

Modalidad de Evaluación:

La evaluación se organizará en:

- a. Parciales escritos, en donde se evaluará en mayor profundidad la comprensión de los textos y modelos conceptuales.
- b. Esquicios de análisis donde se pondrán en juego los modelos teóricos vistos en clase con respecto al análisis de la imagen. Estos esquicios tendrán un carácter breve y se desarrollarán en clase con el acompañamiento de los docentes que haga posible el traslado analítico de modelos que mayoritariamente fueron pensados para el análisis de otras sustancias teóricas al análisis de la imagen de diseño de indumentaria y textil.
- c. Un trabajo práctico de carácter monográfico integral donde los alumnos podrán proponer una metodología exhaustiva de análisis aplicada a la comprensión de tendencias culturales, fuentes históricas y proyecciones del diseño en el campo cultural.

Aprobación de final:

La materia se aprueba con un examen final de contenido teórico.

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



UBA, FADU.

Universidad
de Buenos Aires Facultad de Arquitectura
Diseño y Urbanismo

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. Genesis de un arte nuevo.
Ediciones Siruela, Madrid, 2010

Colchester, Chloe
The new textiles
Rizzoli, New York, 1991

Debray, Régis
Introducción a la mediología
Paidós, Barcelona, 2001

Dorfles, Gillo
Moda y Modos
Editorial Engloba, Valencia, 2002

Ermer, Guillaume
Sociología de las tendencias
Gustavo Gilli, Madrid, 2015

Polhemus, Ted
Street style, From sidewalk to catwalk
Thames and Hudson, London, 1994

Polhemus, Ted
Style surfing
Thames and Hudson, London, 1996

Schweiger, Weder J.
Wiener Werkstatt Design in Vienna 1903-1932
Thames and Hudson/Abbeville Press, Londres y Nueva York, 1984

