

UNIDAD DE EVALUACIÓN FINAL  
PARA LA PROMOCIÓN DIRECTA DE LOS ALUMNOS DE TERCER AÑO.  
CARRERA DE DISEÑO DE INDUMENTARIA.

Materia DISEÑO DE INDUMENTARIA  
Cátedra Bendjeskov

DEPORTES

- # Se propone trabajar una colección de ropa deportiva, teniendo en cuenta sus necesidades específicas.
- # Se deberá ligar el deporte con un producto de consumo (auspiciante), y resolver la problemática de la comunicación y la gráfica de la marca de auspicio, teniendo presente además, la propuesta de marca de la indumentaria deportiva.

OBJETIVOS

- # Entrenarse en el área de la indumentaria que requiere resolver problemas específicos y cubrir necesidades varias.
- # Relacionar imagen mas función, necesidad mas función.
- # Resolver la problemática de color ligado a la función deportiva.
- # Resolver en las diferentes líneas la presencia del auspiciante y a la vez de la marca de indumentaria (propuesta por el diseñador).

METODOLOGIA

- # Desarrollar una colección de ropa deportiva (dentro de una imagen de marca propuesta por diseñador), integrada por varios deportes (por lo menos dos).
- # Dentro de cada deporte se desarrollara una propuesta completa que incluya:

- línea de competencia
- línea de training
- línea de recreo
- línea de accesorios

- # Cada deporte tendrá un auspiciante, relacionando imagen propuesta
- # Resolver funcionalidad, ergonomía, necesidades, seguridad, confort, identidad como condicionantes de diseño, condicionantes climáticos y geográficos.

UNIDAD DE EVALUACIÓN FINAL  
PARA LA PROMOCIÓN DIRECTA DE LOS ALUMNOS DE TERCER AÑO.  
CARRERA DE DISEÑO DE INDUMENTARIA.

Materia DISEÑO DE INDUMENTARIA  
Cátedra Bendjeskov

TEMA N° I

INDUMENTARIA INFANTIL

Se propone un trabajo sobre una colección que deberá prever los siguientes rubros :

- 1° ropa de recreo o tiempo libre ( incluye trajes de baño )
- 2° jeanería
- 3° tejido de punto
- 4° ropa interior
- 5° ropa de dormir
- 6° indumentaria formal
- 7° accesorios

Deberá responder a un criterio de imagen de marca, donde se caracteriza claramente el entorno socio - económico del usuario dentro de un preciso manejo conceptual .

El trabajo incluye planificación de producción, un estimado presupuesto, ficha técnica de cada línea, ficha técnica de cada prenda, planilla de color, especificación de avios y detalles, etc.

Objetivos

- 1° Poder diferenciar las necesidades existentes en los distintos periodos de desarrollo del niño de acuerdo a aspectos físicos, fisiológicos, psicológicos, sociológicos, intelectuales y sexuales.
- 2° Desarrollo de un estudio psico - sociológico sobre el impacto de la imagen de marca en los padres y otros miembros de un grupo familiar.
- 3° Proponer soluciones a inconvenientes funcionales que realmente existen en la industria , propiciando un acercamiento a las necesidades del mercado.

Metodología

- 1° Determinar segmentos dentro de un usuario general ( 00/12 años = 00/3 m - 3/9 m - 12/24 m - 2/6 a - 6/10 a - 10/ 12 a ) a partir de un relevamiento e investigación empírica, conociendo así el mercado infantil en forma profunda, detallada.
- 2° Plantear un problema no resuelto, o un aspecto de la indumentaria infantil no contemplado por la industria textil.
- 3° Ofrecer una respuesta desde resoluciones funcionales, formales, tecnológicos, trabajando sobre moltería, materialidad, confección, avios, estampados, etc.
- 4° Justificar la propuesta por medio de prototipos que prueben el comportamiento de las nuevas prendas y/o tipologías, en el contexto de una colección.



UNIDAD DE EVALUACIÓN FINAL  
PARA LA PROMOCIÓN DIRECTA DE LOS ALUMNOS DE TERCER AÑO.  
CARRERA DE DISEÑO DE INDUMENTARIA.

Materia DISEÑO DE INDUMENTARIA  
Cátedra Bendjeskov

TEMA N° 2

RESIDUOS DE LA INDUSTRIA TEXTIL Y DE INDUMENTARIA

Se propone un trabajo con la utilización de aquello que ambas industrias descartan:

1° En el caso de la industria textil, la tela fallada ( por problemas de tejido, tenido, lavados, tem-

peraturas, ligamentos, estampados, terminaciones, etc. )

2° En el caso de Indumentaria, los restos de cortes ( no se refiere a los retazos sino de los restos que quedan una vez finalizado el corte, los espacios vacios entre molde y molde.

Las prendas asi obtenidas, deben estar insertas en una coleccion de basicos que son los ~~productos~~ que daran luego a esos elementos residuales industriales. Es decir, se desarrollara una coleccion de basicos ( sportwear ) dentro de la cual y en forma anexa, existira una linea exclusiva

fabricada ( junto con las otras prendas basicas ) con los espacios vacios de la tizada o con telas falladas no devueltas al proveedor. Esta coleccion debe incluir desarrollo e imagen de marca, planificacion de la produccion, estimado presupuesto, ficha tecnica de cada linea, ficha tecnica de cada prenda, descripcion de avios y detalles, planilla de color, etc.

Objetivos

- 1° Incentivar la busqueda de lo casual en un contexto planificado como es el industrial.
- 2° Introducir al alumno en el estudio de los problemas productivos desde los errores que posible-mente pueden producirse.
- 3° Planteo alternativo de solucion a problemas que en terminos industriales ortodoxos serian inabordable, dando la posibilidad al disenador de desarrollar una nueva lectura sobre las instancias productivas.

Metodologia

- 1° Hacer un relevamiento de las posibles fallas o errores que pueden producirse en el contexto de la fabricacion industrial ( visitar o contactar a fabricas, tintorerias, lavadero, etc. )
- 2° Plantear una situacion determinada ( falla del textil, aprovechamiento de espacios en tizadas, etc. ) que debe resolverse por medio de una linea exclusiva dentro de una coleccion de basicos .
- 3° Proponer una respuesta tecnologica, formal, funcional y comercial al problema planteado.
- 4° Justificar dicha solucion mediante prototipos, planos de tizadas, etc. que prueben la factibilidad de lo propuesto.

UNIDAD DE EVALUACIÓN FINAL  
PARA LA PROMOCIÓN DIRECTA DE LOS ALUMNOS DE TERCER AÑO.  
CARRERA DE DISEÑO DE INDUMENTARIA.

Materia DISEÑO DE INDUMENTARIA  
Cátedra Bendjeskov

TEMA N° 3  
ESCUELAS Y MOVIMIENTOS EN EL ARTE Y DISEÑO EN EL SIGLO XX

Se propone elaborar una colección en base a pensamientos, hechos y características de una escuela o movimientos de arte y diseño del siglo XX.

Seleccionar un movimiento de los siguientes propuestos a continuación:

- Modernismo
- Racionalismo
- Kitch/Kamp
- Deconstructivismo
- Postmodernidad
- Tendencias no clasificadas a partir de la década del 80

OBJETIVOS

- 1\* Analizar al movimiento como totalidad ideológico-estética mediante una propuesta personal.
- 2\* Familiarizarse con las tendencias de diseño de forma general, no parcializada y limitada a tendencias de moda descontextualizadas.

METODOLOGIA

- 1\* Se deberá elegir un movimiento o escuela y se estudiará a través de los siguientes elementos:
  - contexto ( histórico, cultural y tecnológico)
  - disciplinas en las que se refleja (arquitectura, diseño industrial, gráfica, literatura, bellas arte, teatro, medio visuales e indumentaria)
  - artistas ( distintas vertientes dentro del movimiento)
  - resolución tecnológica-materiales
  - postura filosófica y corrientes paralelas
- 2\* Elección de un segmento de mercado coherente con el ítem anterior y su correspondiente estudio (se refiere al grupo de la población que hipotéticamente se va a identificar con las características del movimiento elegido)
- 3\* Se deberá desarrollar una colección de no menos de tres líneas, que se definirá a partir del análisis de los ítems anteriores.



UNIDAD DE EVALUACIÓN FINAL  
PARA LA PROMOCIÓN DIRECTA DE LOS ALUMNOS DE TERCER AÑO.  
CARRERA DE DISEÑO DE INDUMENTARIA.

Materia DISEÑO DE INDUMENTARIA  
Cátedra Bendjeskov

TEMA N° 4

ESTETICA, SISTEMA OPERATIVO, METODOLOGIA Y OTRAS CARACTERISTICAS DE UN  
DISEÑADOR DENTRO DE UN CONTEXTO EMPRESARIAL

Se propone elaborar una colección en base al sistema metodológico y operativo de un diseñador internacional. Se deberá contextualizar la misma dentro de un cuadro empresarial liderado por el diseñador.

- COME DES GARCONS
- SYBILLA
- MONTANA
- MARTIN MARGIELA
- JEAN PAUL GAULTIER
- ROMEO GIGLI
- VIVIANNE WESTWOOD

- TODD OLDHAM
- CASTELBAJAC
- OZBEK
- CALVIN KLEIN
- YAMAMOTO
- DONNA KARAN

OBJETIVOS

- 1\* A partir del sistema metodológico de un diseñador seleccionado desarrollar y proyectar una propuesta personal.
- 2\* Trabajar hipotéticamente desde la perspectiva marcada por una empresa ( ej: Lagerfeld en Chanel, Ferre en Dior )
- 3\* Lograr abstraerse de la literalidad del producto final del diseñador realizando una nueva propuesta dentro del mismo marco.

METODOLOGIA

- 1\* Se seleccionará un diseñador de lo propuestos anteriormente y deberán recopilar la mayor cantidad de material e información sobre el mismo (fotos, notas, desfiles, publicidad, etc.)
- 2\* Se procederá luego a un análisis profundo, teniendo en cuenta los siguientes elementos:
  - contexto (pais, movimientos paralelos en otras disciplinas que definan la tendencia en general, mercado, etc)
  - postura ideológica dentro del mismo contexto
  - operativa morfológica de armado de conjuntos
  - temas a los que apela o referentes
- 3\* Se reelaborará la propuesta (ej: plantear una colección en base a la investigación para el mercado local, o suponiendo que una trabajara en el staff de la empresa del diseñador seleccionado, etc.)
- 4\* Deberán definirse rubros que no esten previstos por la empresa.
- 5\* Se procederá a desarrollar el proyecto manteniendo el sistema operativo, preferencias en general y se deberá elaborar un tema diferente (ej: si analizara a Mugler, no deberían tomar como tema al Mar.)

UNIDAD DE EVALUACIÓN FINAL  
PARA LA PROMOCIÓN DIRECTA DE LOS ALUMNOS DE TERCER AÑO.  
CARRERA DE DISEÑO DE INDUMENTARIA.

Materia DISEÑO DE INDUMENTARIA  
Cátedra Bendjeskov

TEMA N° 5  
CINE Y SU LENGUAJE - UN MEDIO MULTIDISCIPLINARIO

Relevamiento de todos los aspectos técnicos y audiovisuales (arte, edición, sonido, género, etc.) y adaptación de ellos al diseño de una colección de indumentaria.

OBJETIVOS

- 1\* Trasladar la estética de un producto proveniente de otra área de diseño, en este caso el cine, a una colección de indumentaria.
- 2\* Identificación en base de características de la película seleccionada el potencial sector de mercado que se propondrá tratar.
- 3\* Proyectar el diseño de la colección sobre la base de la película elegida, sin recaer en la trasposición literal del vestuario y los personaje que en ella aparecen.
- 4\* A partir del análisis personal de la película como un producto multidisciplinario, deberán llevar a cabo el desarrollo de todas la propuesta.

METODOLOGIA

- 1\* Seleccionar una de las películas que a continuación se detallan:
  - Delicatessen
  - Barton fink
  - Tiempos violentos
  - Tumbas al ras de la tierra
- 2\* Análisis de la trayectoria cinematográfica del director, visión general de su postura ideológica y estética.
- 3\* Recopilación de todo tipo de información bibliográfica, gráfica, críticas, etc.
- 4\* Aprender los códigos del cineasta dentro del lenguaje cinematográfico.
- 5\* Elección de un sector de mercado y rubro acorde, que deriven de la película elegida. Con posterior evaluación y estudio del mismo.
- 6\* Proceder a la elaboración de una colección exclusiva y la realización de tres líneas masivas derivadas de la misma, todo deberá responder a los criterios de una misma colección o propuesta.
- 7\* Elaboración de los diseños verificandolos con prototipos a nivel toile.
- 8\* En la presentación, procurar mantener el manejo de toda la expresión plástica dentro del marco estético propuesto por el film elegido.



UNIDAD DE EVALUACIÓN FINAL  
PARA LA PROMOCIÓN DIRECTA DE LOS ALUMNOS DE TERCER AÑO.  
CARRERA DE DISEÑO DE INDUMENTARIA.

Materia DISEÑO DE INDUMENTARIA  
Cátedra Bendjeskov

TEMA N° 6  
HISTORIETA - COMICS, DISENANDO A TRAVES DE UN MEDIO GRAFICO

Adaptación de los elementos de un medio de comunicación gráfica a una colección de indumentaria. Atender los siguientes elementos:

- expresión gráfica ( técnica, grafismos, contrastes, estilizaciones, dinámica, composición, ritmo, etc. )
- el discurso y contenidos ideológicos
- época y su contexto
- definición de los tipos - personajes
- etc.

Objetivos

- 1° Trasladar la estética de un producto procedente de otra área de diseño, área de comunicación gráfica, a la área de diseño de indumentaria.
- 2° Identificar, comprender y luego adaptar a la colección, las unidades narrativas propias de cada comic ( capítulos, historias, etc. )
- 3° Comprensión de la morfología básica común a las diferentes áreas de diseño.
- 4° Desprendimiento de la comunicación literal y abstracción de la misma.
- 5° Reconocimiento de los posibles rubros de la indumentaria y el sector de mercado partiendo de un contexto definido y condicionante.

Metodología

- 1° Elección de uno de los comics asignados:
  - Mafalda, de Quino
  - El Eternauta, de Osterheld - Lopez
  - Paturuzu
  - los comics dibujados por Carlos Nine
  - Corto Maltes, de Hugo Pratt
- 2° Análisis del contexto socio - político - cultural, y posterior identificación de la posición ideológica del autor frente al mismo, en función de la definición de las características de sector de mercado a cual se dirigirá la colección.
- 3° Relevamiento de la trayectoria del autor.
- 4° Análisis profunda de las particularidades del comic ( tipo de difusión, estética gráfica, formación de arquetipos, etc. )
- 5° Desarrollo de la colección, haciendo un pasaje no literario de la bidimensión a la tridimensión.
- 6° Análisis de elegido sector de mercado y definición de rubro/s a desarrollar.