UBA, FADU.
Universidad de Buenos Aires
Facultad de Arquitectura Diseño y Urbanismo

PROGRAMA ANALÍTICO

1. DATOS GENERALES DE LA ACTIVIDAD CURRICULAR

ASIGNATURA: PROYECTO TEXTIL III

- Plan de estudios: Nuevo Plan de Estudios Resolución CS nº 6183/16
- Carga horaria total: 90 horas
- Carga horaria semanal: La materia comporta una carga horaria de 6 horas semanales, distribuidas en 1 hora de clases teóricas y 5 horas de clases prácticas, durante un cuatrimestre de 16 semanas.
- Duración del dictado: 6 horas distribuidas en dos días de cursado
- Turno: Noche (lunes y jueves 19 a 22 hs)
- Tipo de promoción: Directa
- Cursado: Cuatrimestral

UBICACIÓN EN EL PLAN DE ESTUDIOS

CICLO SUPERIOR DE GRADO (CSG) NIVEL

2. OBJETIVOS

La materia *Proyecto textil 3* se propone profundizar el universo de posibilidades de la creación textil y de superficies. Tiene como objetivo ahondar en la noción compleja de *proyecto* en diseño y en sus problemáticas específicas articulando los conceptos desarrollados en *Proyecto Textil 2* y tomando la base de los conocimientos adquiridos para continuar reforzando conceptos y adquiriendo nuevas herramientas.

Dado que los campos de actuación del diseñador textil se han ampliado considerablemente a lo largo de las últimas dos décadas con el surgimiento de sectores más delimitados y específicos y el aporte de nuevas tecnologías, se abordará el proceso en este tercer nivel con ejercicios de mediana y alta complejidad, para ir aumentando el nivel dificultad, profundidad y especificidad a lo largo de los niveles superiores.

Se busca que los estudiantes:

*comprendan los aspectos metodológicos, morfológicos y analíticos de la disciplina.
*comprendan críticamente que toda práctica de diseño supone una instancia de investigación y proyección y desarrollen herramientas para llevar a cabo la práctica;
*evalúen diversas estrategias de abordaje de una proyección con fines de producción de un objeto diseñado;
*hagan eje en el planteo de la idea o el concepto como soporte del diseño.
*conozcan los diferentes rubros y los materiales específicos (indumentaria, hogar, industria)
*desarrollen habilidades teórico-prácticas para planificar, conducir, compartir y (auto)evaluar los diferentes estadios en un proceso de diseño;

*asimilen que las ideas surgidas a través de una metodología proyectual sean factibles de concretarse en un producto de existencia material como resultado de un proceso productivo industrial o semi-industrial.
*conozcan las maquinarias, los procesos, las posibilidades, los tiempos y el enguaje específico para cada sector.
*compartan un espacio abierto y plural para el análisis y la discusión de las problemáticas específicas abordadas, a través de la participación activa.

3. CONTENIDOS

Unidad Temática I. El discurso visual en el desarrollo de productos.
Identificación de tendencias sociales y tecnológicas: desarrollo de proyectos textiles innovadores.

Análisis de macro y microtendencias globales. Adaptación a la industria textil local.
Conocer los estilos en diseño de interiores y lectura de las tendencias globales del mercado para su posterior adaptación.
Los sistemas productivos y las articulaciones y tendencias en el diseño del producto. Profundización en torno al binomio diseño-mercado.
Desarrollo de textiles a partir de pautas técnicas y sistemas productivos.
Análisis y desarrollo de rapport.
Profundización de la relación usuario/mercado y diseño.
Observación y análisis del contexto histórico y contemporáneo. El diseño como acto cultural.

Unidad Temática II. Sistemas de productos textiles de mediana y alta complejidad para decoración y productos de otras industrias.

Imagen Corporativa. El discurso visual en el desarrollo de productos.

Análisis de imagen de marca: el logo, el color corporativo, el diseño y los contenidos que genera la empresa para transmitir los valores que la caracterizan.

Investigación y asimilación de los conceptos portadores de valores estéticos y culturales y transmisión al lenguaje textil.

Lograr una colección de textiles con unidad estética y respondiendo a las necesidades formales, estéticas y funcionales del ámbito asignado.
Creación de sistemas de identidad común, compuestos por distintas series que funcionen en el mismo espacio, diseñando a partir de la imagen corporativa.
Comunicación del proyecto con claridad y coherencia visual. Aspectos comunicacionales para llegar al mercado.

Modalidad de Enseñanza:

Cada clase de 3 horas se dividirá en una primera parte teórica, de carácter expositivo, ilustrada con material audiovisual y de dialogo grupal; y en la segunda parte de carácter práctico y trabajo participativo en donde se buscará que los alumnos traduzcan en ejercicios pautados los conceptos desarrollados en la primera parte de la clase.

Modalidad de Evaluación:

Aprobación de cursado:
Habrá distintas instancias de evaluación con el objetivo de que lo que se evalúe sea reflejo de un proceso de trabajo durante el desarrollo del cuatrimestre.
Las evaluaciones parciales tienen por objetivo no sólo internalizar las nociones y conceptos presentados en clase y desarrollados en el material de lectura obligatoria, sino también ensayar nuevas instancias de producción de conocimiento y de interrogación crítica sobre los contenidos de la materia.

La nota final será el resultado del promedio entre:
- Nota de concepto por participación e interés;
- Aprobación de los trabajos prácticos que se desarrollan en clase.

Bibliografía

- DE BONO, E., *Seis sombreros para pensar*, Ed. Granica, (1988)
- MUNARI, B., *Como nacen los objetos? Apuntes para una metodología proyectual*, Ed. Gustavo Gilli, Barcelona, (1983).
---------- *Diseño y comunicación visual. Contribución a una metodología proyectual*, Barcelona, GG Ediciones, 2016.
- SAULQUIN, S., *La moda después*, Instituto de Sociología de la Moda, Buenos Aires, (1999).
- WONG, W., *Fundamentos del Diseño* , Ed. Eduardo Gilli, Barcelona, (1995).