

Programa de
**Apoyo y
Mejoramiento
a la Enseñanza
de Grado**

PAMEG 2020



Formación Docente

Módulo N° 2

Autor: María José Verón y Tristana Barseghian -
Especialización en Diseño de Muebles

Trabajo: Presentación de la Asignatura "Tendencias en el
diseño de Muebles 2020"



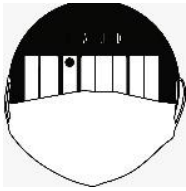
ACTIVIDAD 2: INTERVENCIÓN GRÁFICA E INTERACTIVA EN UN MATERIAL EDUCATIVO

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo es un material preparado para la presentación de la asignatura “Tendencias en el diseño de Muebles 2020”, para la modalidad no presencial de la carrera de Especialización en Diseño de Muebles.

Considerando que el dictado habitual es en el formato presencial, este documento tiene por finalidad transmitir información básica sobre la asignatura y pautas de trabajo.

El trabajo fue realizado de manera conjunta por María José Verón y Tristana Barseghian, ambas docentes de la carrera de Especialización en Diseño de Muebles.



MÓDULO TENDENCIAS EN EL DISEÑO DE MUEBLES 2020



PRESENTACION DE LA ASIGNATURA

A lo largo de la historia, la relación entre espacio y equipo se ha basado en una relación que ha mutado de lo funcional a lo estético-funcional. El siglo XX se considera representativo en los cambios que marcaron el modo de actuar en el diseño. Según Samar "...búsqueda de funcionalidad extrema, la simplicidad formal, la rigurosidad estético-expresiva, son denominadores comunes de las diversas propuestas en las que el valor de uso es prioritario y donde el mueble es el que diferencia los espacios que adquieren un carácter de neutralidad tal que los hace sumamente libres y funcionales" (Samar, 2011). Con el paso del tiempo, el auge de la economía y la necesidad del hombre por diferenciarse, el diseño del espacio interior y del equipamiento comienzan a tener un papel cada vez más predominante.

Es importante estudiar el Equipamiento como disciplina, entendiendo las estrechas vinculaciones con la arquitectura que lo contiene -equipo en situación- No se diseña sólo el equipo como objeto, sino que se resuelven en forma conjunta, incidiendo la resolución de uno en la del otro. Espacio interior y equipo son concebidos como una unidad que ayuda a definir la función que se establece como premisa. El diseño se ubica en un espacio, que puede estar construido o no, el cual será el marco real de nuestro accionar como diseñadores.

Se indaga sobre el objeto, su relación o funcionamiento espacial y la capacidad que tiene el mismo en la resemantización del espacio en que está incluido. Ponemos énfasis en el espacio, la forma, la percepción, asignándole a la función el valor correspondiente.

El presente nos revela nuevas necesidades de confort que el día a día traduce en diferentes categorías de diseño de mobiliario como respuesta a las mismas. Es así, como el diseñador de muebles participa hoy en la creación de prácticamente todos los productos que se encuentran en el hábitat doméstico, lugares de trabajo o de ocio, y se ve obligado a dar respuestas rápidas y contundentes acerca de la producción de diseños que estén bien pensados respecto de las necesidades específicas del usuario.

Debemos encontrar la mejor forma posible para que ese diseño sea conformado, fabricado, distribuido y usado. Su creación no debe ser sólo estética sino también funcional, mientras refleja o guía el gusto por su época.

La percepción de futuros escenarios de consumo, tanto internos como externos, abren grandes perspectivas laborales acerca del diseño de equipamiento, demandando estrategias de proyecto que propongan productos más competitivos, mejor calidad de diseño y reducciones costo-tiempo, entendiendo al diseño como factor fundamental de desarrollo económico y cultural. El diseño de un objeto mueble, implica no solo estética, sino desarrollo y producción. Es un objeto vivo que interactúa sinérgicamente con el usuario.

El desarrollo de la sociedad actual, se ha consolidado en los últimos años, con el cambio del paradigma de la era industrializada al paradigma tecnológico o al de la modernidad líquida del siglo XXI. Los pilares que la sostienen ya no son sino, la vieja estructura que se ha convertido en genérica para todas las organizaciones y ha devenido secundaria en la era de la información, la competitividad y de la disolución de límites.

En relación a la arquitectura comercial, y frente a los cambios económicos, consideramos que hay que construir diferencias competitivas para liderar los cambios y ajustes que toda organización y o institución oficial o privada debe concretar para enfrentar estos cambios. Las organizaciones y las empresas son hoy apenas una de las células de una red infinita, en el mundo de los valores emergentes. Los vectores del nuevo paradigma son claramente estratégicos: identidad, cultura, acción y comunicación de la imagen.

Consideramos que el rasgo más característico de la arquitectura en el mundo actual es su fragmentación. Sus diferencias son las que establecen la diversidad, tensión, contraste y dinámicas del presente.



OBJETIVOS

- Conceptualizar el diseño a partir de los condicionantes naturales y culturales del diseñador.
- Integrar el producto al mercado y generar soluciones desde el diseño, que reflejen y respondan a las tendencias y requerimientos de la sociedad.
- Reconocer las diferencias metodológicas entre el diseño del espacio arquitectónico y el diseño del equipo.
- Distinguir métodos para posibilitar y optimizar el uso del espacio con la aplicación de los elementos del equipamiento.
- Desarrollar herramientas metodológicas y tecnológicas para el diseño de los equipos en situación.



HOJA DE RUTA

A continuación se presenta un esquema que sintetiza el recorrido curricular que realizaremos en esta asignatura.

<https://infogram.com/timeline-dark-infographic-1h7j4dk8ej0d6nr>

Cada una de las etapas recorridas podrá visualizarse en los siguientes enlaces:

TENDENCIAS <https://padlet.com/mariajoseveron/2osmozllu4jtr5lx>

ESPACIOS DOMESTICOS <https://padlet.com/mariajoseveron/40wgybithpg6vea1>

ESPACIOS COMERCIALES <https://padlet.com/mariajoseveron/cy3it4clkh70hecc>

ESPACIOS DE TRABAJO <https://padlet.com/mariajoseveron/a57mpj5w895nxru>

PANDEMIA <https://padlet.com/mariajoseveron/cjvmvk4ralynpsi>



PAUTAS DE TRABAJO

La materia es de carácter teórico - práctico, se dictarán clases NO presenciales sincrónicas con proyección de contenido específico.

Se trabajará con clases teóricas en las que se desarrollarán los contenidos específicos de los temas para luego debatirlos y arribar a conclusiones como cierre de las jornadas.

Se verificarán los conceptos trabajados a través del análisis crítico de ejemplos pertinentes. Se apelará a la incorporación de conocimiento por el método reflexivo, operando con el metacurriculum como estructurante del programa.

Se propone una metodología de enseñanza fuertemente vinculada al modo reflexivo del aprendizaje para retener conocimiento (revisar, acercarse a un nuevo conocimiento) que no es lo mismo que memorizar, comprender por medio de la organización conceptual de la asignatura.



EVALUACIÓN

La evaluación de la asignatura se realizará a partir de la presentación de un ensayo que deberá ser expuesto de modo oral sobre una infografía que lo sintetice. El alumno deberá reflexionar sobre los contenidos específicos en relación con su Trabajo Final para la especialización.

Los criterios de evaluación que se emplearán son los siguientes:

- Pertinencia del tema seleccionado y su complejidad
- Innovación y aporte original en la temática seleccionada.
- Interrelación de contenidos teóricos y prácticos en torno al producto.
- Entrega, puntualidad, redacción, lenguaje.



BIBLIOGRAFÍA y MATERIAL DE CLASE

Baudrillard, Jean (2012): El sistema de los objetos. Traducción: González Aramburu, Francisco. 20 Ed. México, México. Siglo XXI.

Baudrillard, J. & Nouvel, J. (2002), Los Objetos Singulares, Arquitectura Y filosofía, México, México. Editorial FCE.

Costa, Joan. (2006) Imagen Corporativa Del Siglo XXI. (2da edición), Buenos Aires, Argentina. Editorial La Crujía.

Chávez, Norberto (2006) La Imagen Corporativa. Barcelona, España. Editorial Gustavo Gili S.A.

Morace, Francesco (2009) La Estrategia del Colibrí. La globalización y su antídoto. En Revista Experimenta Ensayos. Madrid, España.

Sarquis Jorge (2006) Arquitectura y modos de habitar, ISBN 9875840688, 9789875840683. Buenos Aires, Argentina, Nobuko.

En cada clase se empleará un archivo de presentación de contenidos. El mismo contiene los principales temas abordados en cada encuentro.

Usted puede acceder y descargar el material que se empleará en cada una de las clases en el siguiente link:

https://drive.google.com/drive/folders/1xurnjLCx7oNSO_ch1JiWDbN87DXs8SRz?usp=sharing



MATERIAL PARA EL PRIMER ENCUENTRO

En nuestro primer encuentro iniciaremos el recorrido por esta asignatura, complementando con los contenidos abordados en las materias cursadas con anterioridad. El análisis del mercado y sus pautas de consumo constituyen un punto de partida para el desarrollo de los temas de la primer fase de “Tendencias en el diseño de muebles”. Es por ello que se sugiere un material de lectura previa.

Para visualizar el material de lectura recomendado utilice el lector de **código QR** disponible en su teléfono celular o dispositivo móvil. Si no dispone del mismo, puede descargarlo desde Google Play (Si su sistema operativo es Android) o desde App Store (Si su sistema operativo es IOS).



En dicho documento encontrará una descripción de las principales tendencias de consumo del año 2020.

Conjuntamente con el análisis de los grupos generacionales contará con elementos para justificar un target objetivo

Puede acompañarlo con el cuadro que aparece a continuación:

ANÁLISIS COMPARATIVO: GRUPOS GENERACIONALES

Baby-boomers Nacidos entre 1946 y 1960	Generación X 1960-1982	Generación Y 1980 - 2000	Generación Z Nacidos a partir del 2000.
Analógicos. Espíritu de sacrificio. Alto sentido del deber. Pacientes y leales. Poseen una relación amor/ odio con la autoridad. Compromiso con el cambio. Altamente competitivos. Han desarrollado un pensamiento lineal. Interesados en casa, hijos, familia. Al entrar a trabajar eran evaluados por la empresa	Inmigrantes digitales Generación escéptica Rebeldes. Aceptan la diversidad. Son un puente entre generaciones Se adapta y responde a los cambios. Ingresan a un proyecto si están convencidos que tendrán beneficios Pensamiento lineal y/o lateral Trabajan para vivir Las empresas los reclutan, entrenan y retienen.	Nativos digitales. Creativos y ambiciosos. Pragmáticos y realistas. Actitud colaborativa y diversidad cultural. Elevada formación académica. Mayor responsabilidad social. Pensamiento lateral. El disfrutar pasa por la vida. Al entrar a trabajar en una empresa son ellos quienes la evalúan.	Nativos digitales. Creativos e independientes. Es la generación multicanal. Internet es parte de su vida. Sus redes favoritas son Instagram, Snapchat o Youtube, tik-tok. Autodidactas. Siempre conectados a los dispositivos electrónicos. Interesados en aspectos financieros. Están más pendientes de encontrar su vocación de acuerdo a los gustos particulares. Demandan inmediatez y personalización.

La versión editable del cuadro precedente está disponible en el siguiente enlace:
<https://drive.google.com/file/d/1Ckm0wk4acfLXW1n8PQLBq663mgsSRw3/view?usp=sharing>