

Artículo Corto

Título: Experiencia y participación en el concurso de diseño “Premio Mario Hernández 2022”.

Autora: Olga Lucía Zipa Patiño

Resumen

El presente artículo comparte los resultados de la participación en el concurso de diseño “Premio Mario Hernández 2022”, un acercamiento significativo entre la academia y la industria. Apoyados en el concepto creativo de “Sostenibilidad Activa” se generaron propuestas innovadoras en la categoría de producto, influyendo positivamente en docentes y estudiantes.

Argumentación

La experiencia pedagógica alcanzada desde la asignatura Diseño Avanzado IV de octavo semestre en el programa de Diseño de Modas Areandina, permitió evidenciar las ventajas que tiene la participación en los concursos creados por la misma industria, ya que facilita comprender el rol del diseñador en los diferentes procesos productivos y la importancia de reconocer la trayectoria de las grandes empresas del sector, como es el caso del señor Mario Hernández que impulsa el talento de los jóvenes creadores del país.

Teniendo como referencia y concepto creativo el informe de WGSN, se analizaron las estrategias de sostenibilidad de diferentes marcas y el papel de los consumidores activamente comprometidos con minimizar la huella ambiental, la importancia de la circularidad desde el reciclaje y la reutilización del material para generar productos más accesibles para todos. Igualmente, comprender los requerimientos del brief de la categoría producto, contribuyó para que cada estudiante asumiera un reto en particular: Outfit, Colección y Mariposas, para desarrollar de acuerdo a una tipología de productos, propuestas innovadoras con un aporte sostenible, posibles de producir por la empresa y de acuerdo a las dinámicas del mercado.

De otra parte, la metodología utilizada permitió que cada estudiante concretara ideas diferenciadoras con valor más incluyentes pensando en otros contextos y usuarios; apoyados en estrategias de diseño como la co-creación y el trabajo colaborativo con otras comunidades, integrar materiales sostenibles y diferentes técnicas con identidad; muy cercano a lo sugieren estos autores: “Los atributos de los productos que se centran en los aspectos más humanizados, son factores sociocognitivos que adquieren mayor relevancia y un alto valor de uso en el contexto social.” (Guerrero, et al. 2018).

De esta forma, se llega con nuestros estudiantes, hasta el desarrollo de maquetas y prototipos con materiales alternos y la estrategia de comunicación visual de las propuestas enviadas al PMH 2022. Cumpliendo así con los objetivos de aprendizaje de la asignatura que buscan que el estudiante conceptualice e integre conocimientos y técnicas tanto digitales como manuales de forma holística y aporten a las líneas de investigación comunicación interactiva y a la línea de Diseño e Innovación con la producción de artefactos con significado y utilidad dentro de un contexto social y económico.

Como señala Nigel Cross, “el diseño posee una cultura propia, intelectual y práctica” (Cravino, 2021 y Cross 2001) este tipo de participaciones son necesarias porque expanden la percepción del entorno laboral y permiten un acercamiento directo con las marcas que tienen gran reconocimiento en el contexto nacional y latinoamericano; como docente y diseñadora considero que son una extraordinaria oportunidad para seguir aprendiendo.

Referencias bibliográficas

Cravino, A. (2021). Notas para una Epistemología del Diseño. Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos, (139), 47-53.

Cross, N. (2001). Designerly ways of knowing: Design discipline versus design science. *Design issues*, 17(3), 49-55

Guerrero Valenzuela, M., Hernandis Ortuño, B., & Agudo Vicente, B. (2018). Aproximación a la representación de la forma y apariencia del producto: estudio sobre los atributos de diseño. *Innovar*, 28(67), 25-39

Soporte gráfico

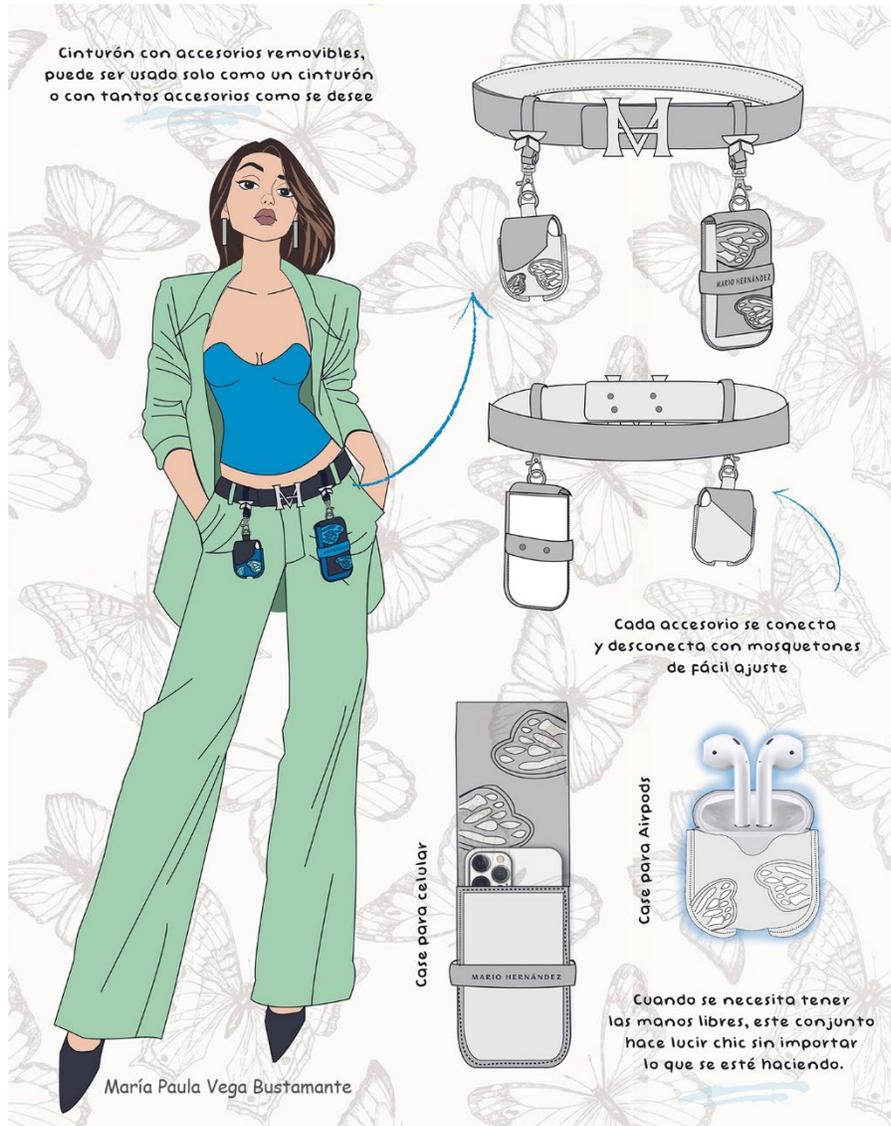


Imagen 1. Proyecto María Paula Vega Bustamante. Reto Mariposas 2022



Imagen 2. Proyecto Laura Stefanny Pérez López. Reto Outfit 2022

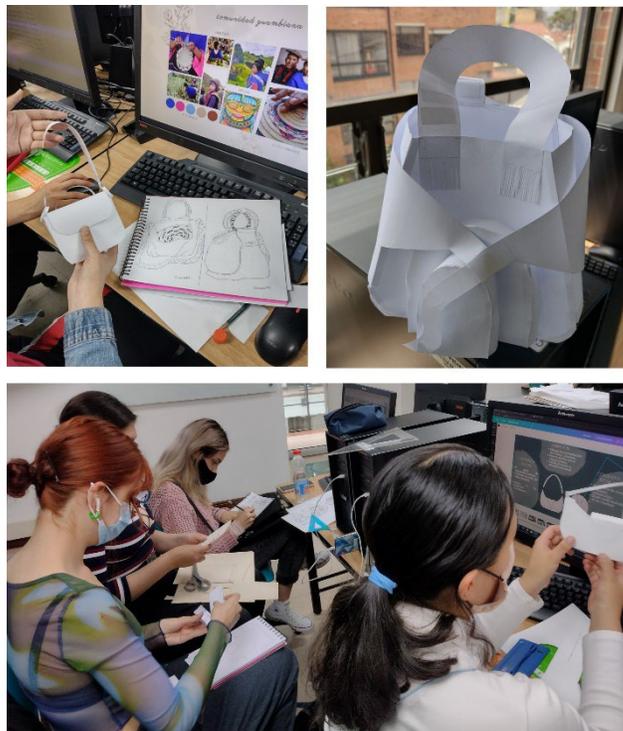


Imagen 3. Taller de concepto. Estudiantes octavo semestre 2022-1