



*Programa Nacional de*  
**JOYERIA Y ORFEBRERIA**  
**2001-2002**

**DIPLOMADO DE JOYERÍA**  
**SCOLA D' ARTE DE VICENZA DI ITALIA**



# LA JOYA

Es un VEHÍCULO DE COMUNICACIÓN  
con el poder de modificar el  
comportamiento a través del tiempo.

# JOYERÍA

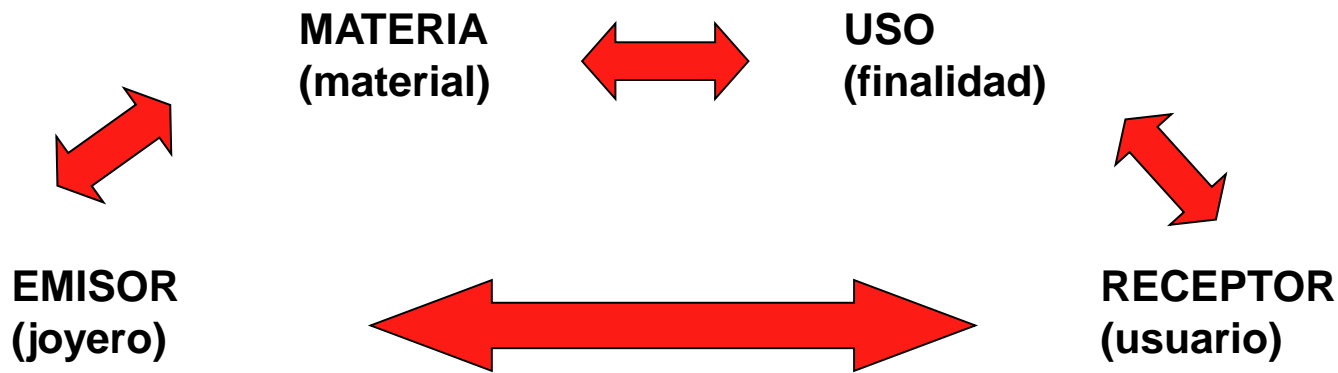
**Artística:** Necesidad de expresarse a través de un material, sin importar a quien va dirigido

**Tradicional:** Responde a una tradición generacional, tiene un lenguaje colectivo (técnicas, materiales, etc.) que se transmite de generación en generación.

**De diseño :** Busca satisfacer una necesidad del consumidor, y responde a las tendencias de moda del momento.

**Étnica:** Hace referencia a pueblos socio culturalmente definidos y contiene elementos simbólicos, rituales o de concepción cosmogónica

# TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN



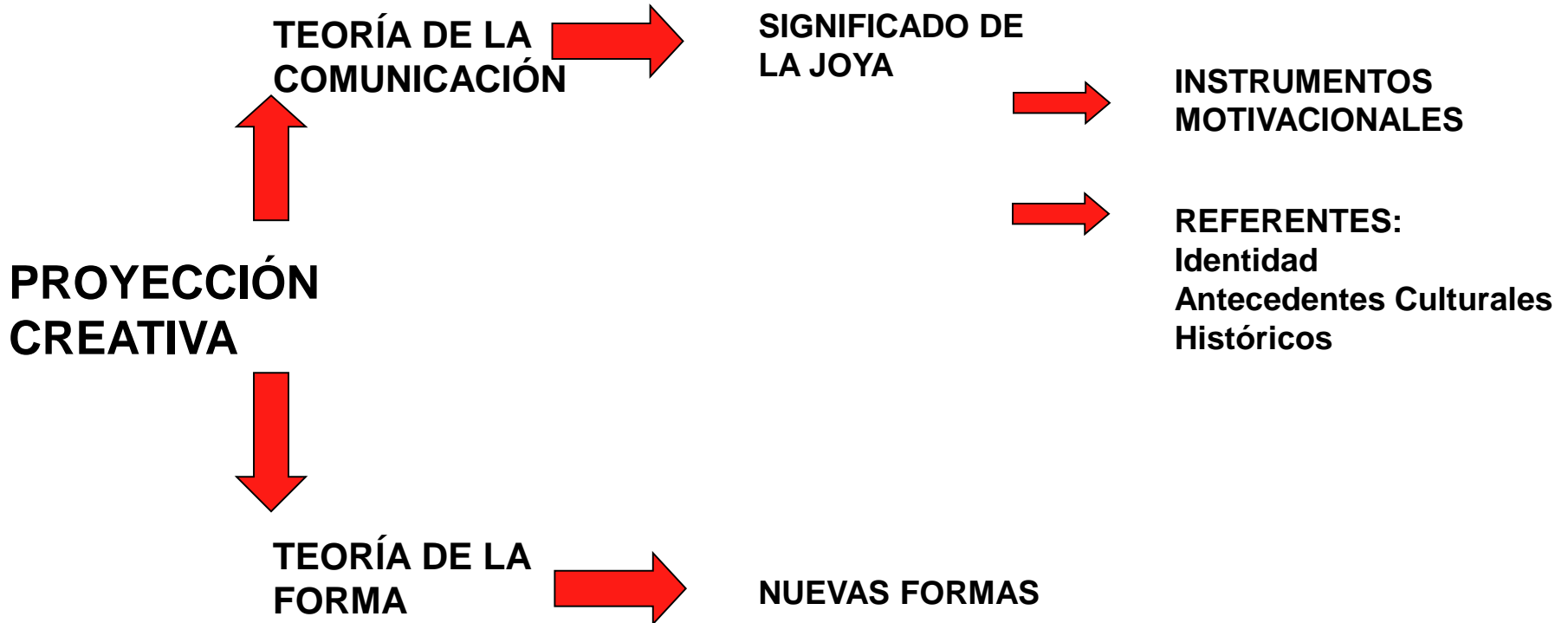
**EMISOR:** Quien da la idea, persona que realiza el objeto

**MATERIA:** Es el vehículo comunicativo

**USO:** Finalidad del objeto

**RECEPTOR:** Persona con la cual emisor se esta comunicando, a quien le llega la joya.

# PROYECCIÓN CREATIVA



**METODOLOGÍA DEL DISEÑO  
APLICADO A LA ARTESANÍA  
P.J. ARAÑADOR - Consultor Artesanías  
de Colombia**

**SELECCIÓN DE  
MATERIALES:  
(Lluvia de ideas)**

Durante esta actividad se debe desarrollar una lluvia de ideas orientada a identificar todos los materiales posibles y cuáles de ellos se deben trabajar. Principales (presentes en el productos en un 70%) Secundarios (presentes en el producto en un 30%)

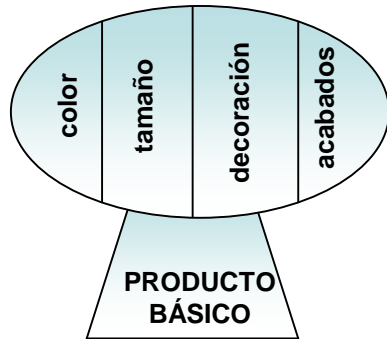
**POLÍTICAS DEL  
PRODUCTO:  
(discusión)**

En el desarrollo de esta actividad se deben identificar los criterios con los cuales se deben manejar todos los productos, para que estén acordes con el mercado.

**TÉCNICAS**

Enumerar y seleccionar las técnicas más apropiadas para el desarrollo de los productos y a partir de ellas, proponer los nuevos diseños.

## CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN DE PRODUCTOS



Analizar la sostenibilidad de los recursos usados como materia prima, su disponibilidad, su costo, con el fin de identificar y ubicar todos los aspectos necesarios para que los productos puedan ser fabricados en cantidades que permitan acceder a pedidos mayoristas.

### •Teoría del Hongo:

El objetivo de la teoría del hongo es producir un gran número de productos a partir de un producto básico, que mediante el cambio de color, tamaño, decoración y acabados, puede ofrecer procesos. Con cambios muy sutiles se obtiene un amplio espectro a partir de un mismo diseño.

## MERCADO

En una discusión con el grupo de joyeros, identificar hacia qué mercado debe estar dirigido el producto, teniendo en cuenta el factor costo y volumen de producción. Se debe planificar un esquema de reducción de costos, con el fin de hacer competitivo el producto en mercados internacionales.

## PRODUCTO

Construir un listado con todos los productos posibles, seleccionando aparte un producto icono, que debe ser el más representativo del oficio, con más tradición y mejores acabados, para que sirva de punto de partida para el desarrollo de los demás productos.

## VIABILIDAD COMERCIAL

Establecer las medidas y estándares internacionales para cada tipo de producto, estudio de costos etc., comparando los precios de nuestro producto con los de la competencia.

Desarrollo de una propuesta de empaque.

•**Nicho de mercado:** definir hacia qué nicho de mercado se está diseñando y cuáles son las características que delinear el perfil del consumidor en ese nicho en particular. Se Busca obtener toda la información posible que permita responder a las expectativas del cliente, con productos integrales que realmente satisfagan sus necesidades.

## IMAGEN (LLUVIA DE IDEAS)

Realizar una lluvia de ideas con el fin de seleccionar los rasgos tipo que deben conformar la imagen del producto, teniendo como punto de partida aspectos tan importantes como:

Tamaño, color, forma patrones.



## **CONCEPTO**

Generar una dinámica para la selección del nombre y lema de la colección, jugando con todos los elementos que hasta ahora se han trabajado.

## **CONCEPTOS GENERALES**

En este momento se debe decidir, en una plenaria con los joyeros, cuáles son los determinantes de forma, imagen, color, tipo de producto, mercado y cliente, que deben definir los lineamientos generales de la colección o línea de productos que se va a realizar.

## **MATRIZ CREATIVA**

Seleccionar en plenaria con todos los participantes

- Color dominante
- Color acento
- Color soporte
- Exhibición tipo
- Look

## **ESTRUCTURA DE TRABAJO**

Determinar las actividades que cada uno de los integrantes del grupo va a desempeñar, construir un organigrama del proyecto y conformar comités de producción, según las habilidades de cada persona, los comités se encargaran de aspectos puntuales en al producción de los objetos.

## **CRONOGRAMA**

Construcción del cronograma del proyecto, asignando fechas limites para la entrega de dibujos y bocetos, prototipos y productos finales.

## **ORGANIZACIÓN Y PLANEACIÓN DEL ESPACIO DE EXHIBICIÓN.**

Generar una propuesta en conjunto con todos los integrantes del grupo teniendo en cuenta el espacio disponible, el método de exhibición, el tipo de producto y la iluminación

# EJERCICIOS

## Ejercicio No. 1

Proceso de abstracción de una forma: el ejemplo de la hoja

1. Punto de Partida: desde un objeto real o dibujo
2. Dibujar la idea que se escogió con luces y sombras, para conocer las profundidades y protuberancias, esto se logra con blanco y negro, después, con color. De esa manera el cerebro empieza a tomar datos, que aunque posteriormente no se usen, serán información necesaria a la hora de diseñar. (si lo escogido es un objeto tridimensional debe dibujarse desde distintos ángulos, y si puede abrirse como una fruta o algo orgánico, se debe partir y dibujar por dentro, con el fin de obtener información sobre su estructura)

3. Conceptualizar: es la manera de conocer el objeto o dibujo por medio de palabras Ej. Pesado liviano, dinámico, veloz etc. Estas son informaciones que luego nos darán pistas al momento de tomar las decisiones finales.

4. Carta de colores: hacer lectura de los colores que hay en el objeto o dibujo y escribirlos.

5. Hacer el perfil: este aspecto es de suma importancia, pues dará la información referente a la persona para quien se va a diseñar Ej. ejecutivos, estudiantes etc. Esto debe incluir datos como rango de capacidad adquisitiva, ocasión para la que será usada la joya, etc.

Se sugerirá un ejercicio lúdico llamado collage de perfil, que ayudará a entender mejor este concepto (la información dada por Cristina Borin acerca de las joyas como amuleto puede ilustrarlo mejor)

6. Geometrización: es la manera de descomponer el dibujo u objeto, en figuras geométricas que están implícitas en él.

7. Juego de formas: Se empiezan a mover las formas geométricas de una manera caprichosa y libre pero coherente, siempre manteniendo “cable a tierra” con el objeto o dibujo escogido. Este paso es de mucho cuidado porque puede mostrar posibilidades tentativas de lo que será la o las piezas finales.

8. Qué voy a diseñar, las formas van teniendo diálogo conmigo, ya que soy dueño de la información paso por paso (estructura, volúmenes, colores, concepto etc.), es el momento de decidir si será un pendiente, gargantilla, anillo o aderezo.

9. Como: este paso es clave para tener en cuenta el perfil que se trabajó, pues determina qué sistemas se van a usar para las piezas Ej. No es lo mismo un broche funcional y liviano para alguien que lleve una vida rápida y ocupada que para una persona que su prioridad es el sobre adorno y le gustan las piezas grandes y complicadas. ( Adjunto folleto Nuria Carulla sobre todos los posibles sistemas, problemas y soluciones.)

10. Resultado final.

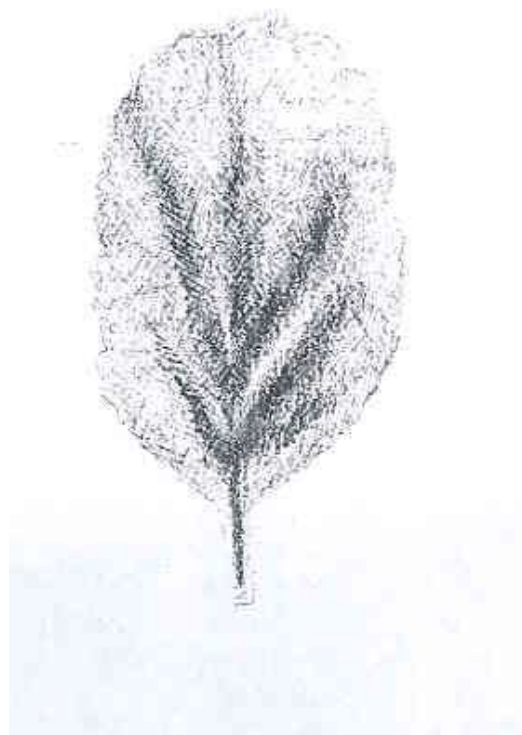
# UN EJEMPLO DE PROCESO DE DISEÑO Y BUSQUEDA DE IDENTIDAD

NURIA CARULLA – ASESORA DE DISEÑO

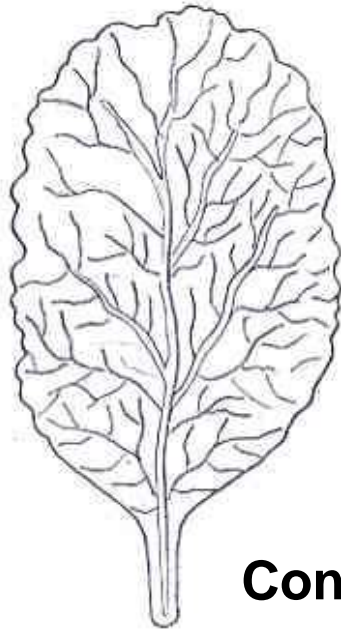
**Partir de una hoja real**

**Dibujar la forma con luces y sombras**

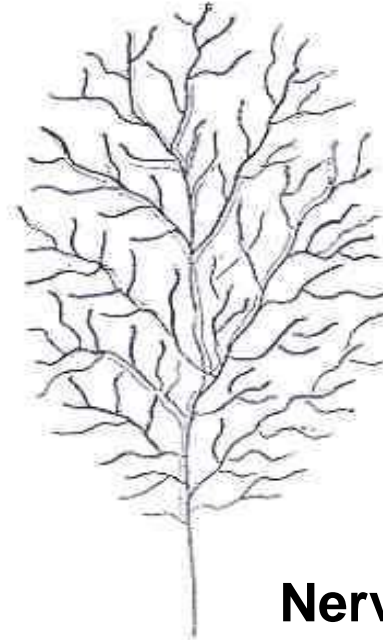
**Conceptualizar: Ej., verde, liviana, lisa**



**Identificar y conocer diferentes aspectos del objeto que elegí Ej. Contorno y nervadura**



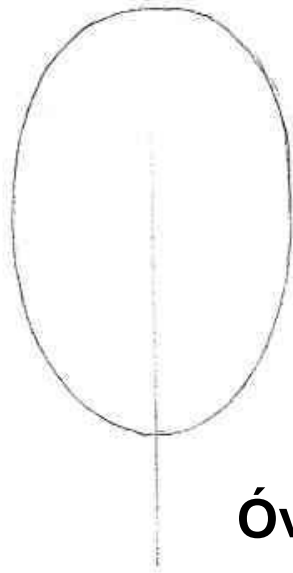
**Contorno**



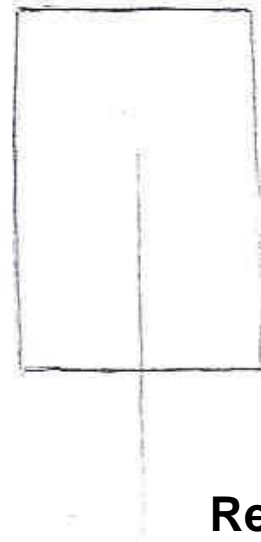
**Nervadura**



# Esencia de la forma, geometrización

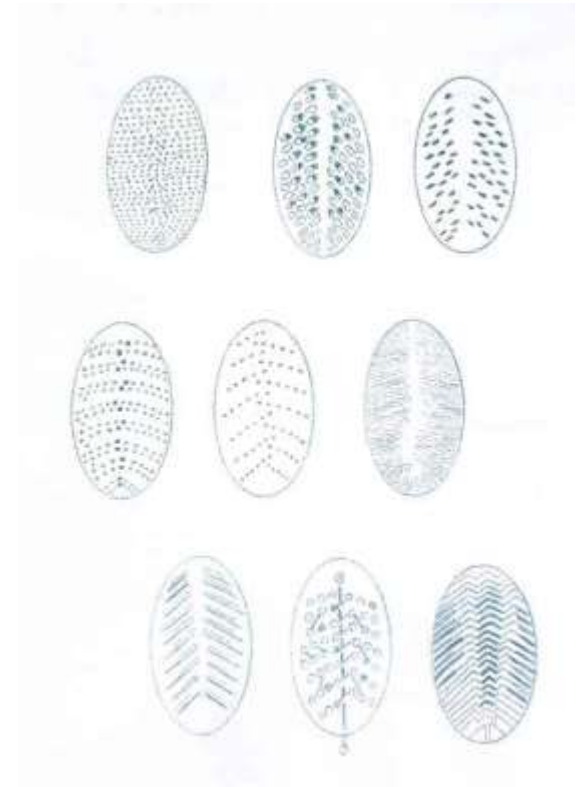


**Óvalo**

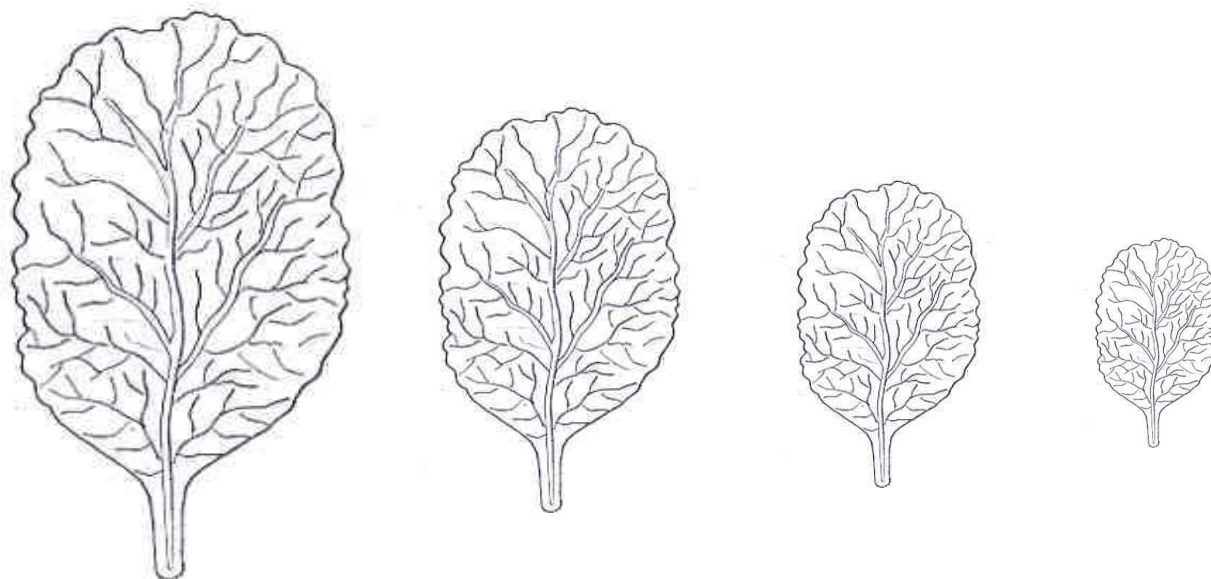


**Rectángulo**

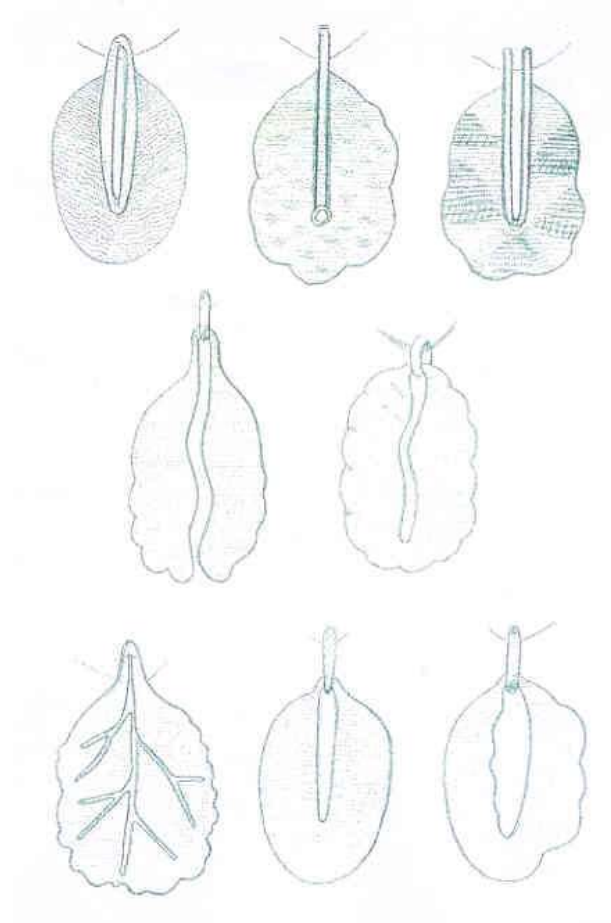
# Texturas

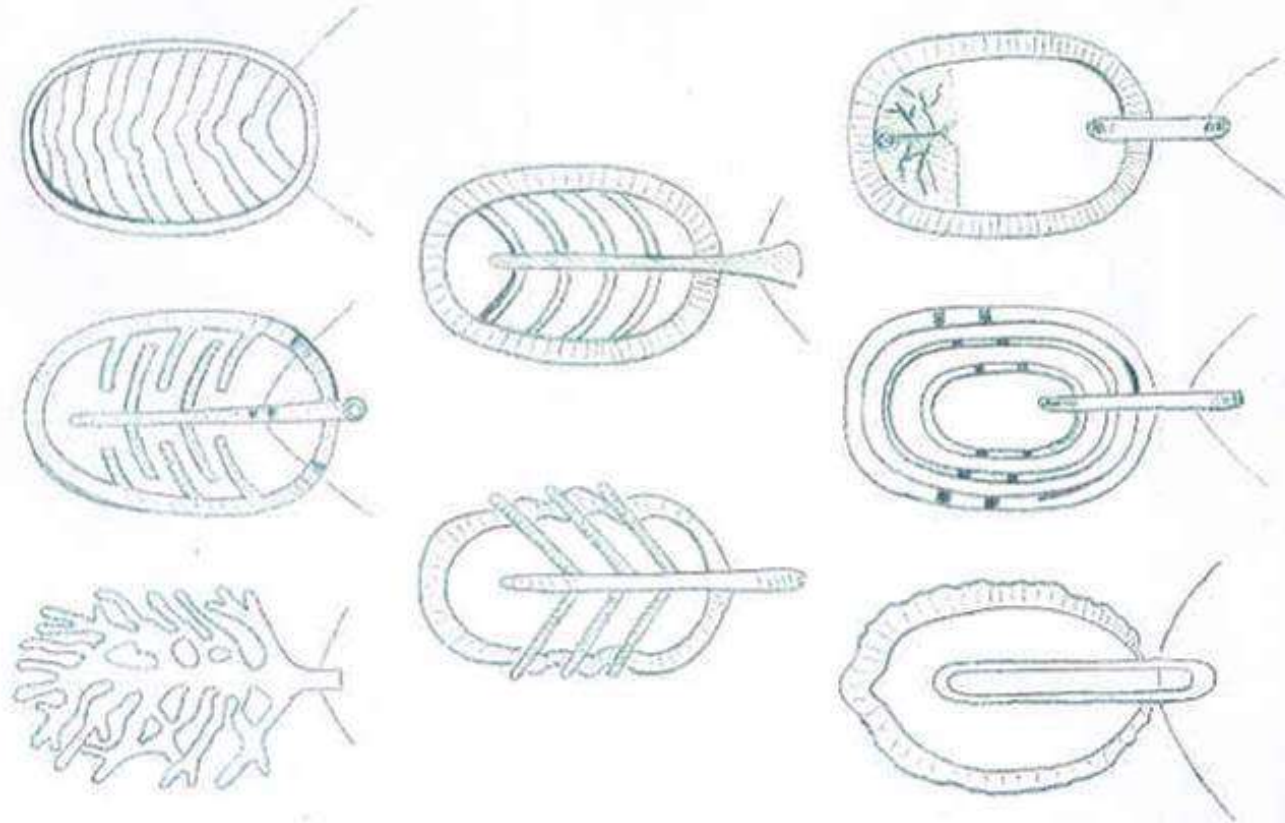


## Aproximación al trabajo que se realizará en joyería



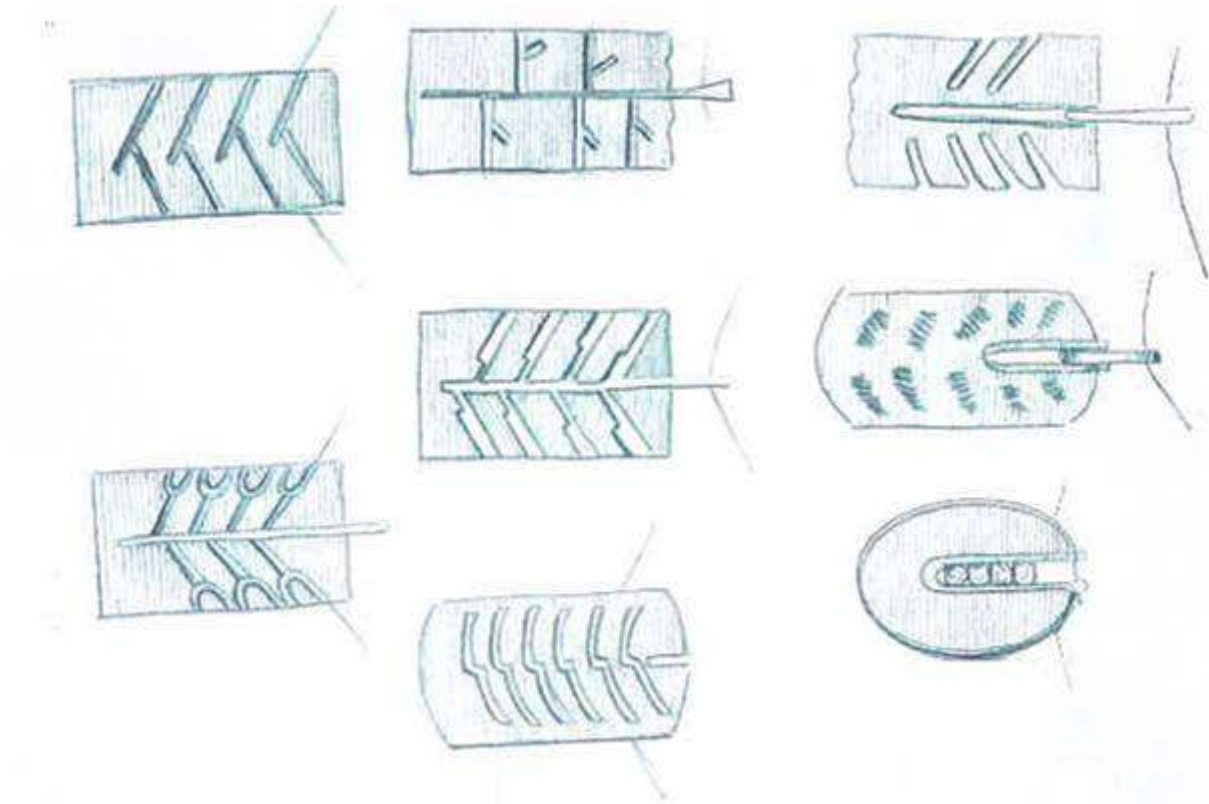
**Después de conocer un objeto y sus diferentes aspectos comienza el proceso de creación: juego con formas**





## Juego con nervaduras y contorno

---



## Juego con la geometría de formas

# A quién voy a llegar

Realizar el ejercicio de collage  
sobre el perfil del consumidor o  
cliente objetivo





# COLLAGE

---

*Programa Nacional de*  
**JOYERIA Y ORFEBRERIA**  
**2001-2002**



## EJERCICIOS DE BROCHES:

**Broches y cierres: de acuerdo a la pieza se escoge broche mas adecuado.**

**Parta de un sistema de enganche conocido y transfórmelo**



# EJEMPLO DE ENGASTE PAVÉ



Programa Nacional de  
**JOYERIA Y ORFEBRERIA**  
2001-2002