

que exigen esos manuales es costoso porque requiere de una estructura y una organización a la altura de las circunstancias. También es necesario prever el volumen de trabajo que el cliente nos puede llegar a dar a lo largo del tiempo. Hay dos razones fundamentales para esto, una es nuevamente la estructura y los recursos fundamentalmente humanos que va a demandar y otra para encontrar el nivel óptimo de rentabilidad ante esos niveles de exigencia. Para no errar lo mejor es realizar un análisis muy realista de los costos involucrados.

Alcance y complejidad del proyecto

La conceptualización y la resolución visual de una campaña a nivel nacional para una empresa multinacional. El volante para la casa de comidas de la otra cuadra. La imagen corporativa y su sistema de aplicaciones para una empresa de venta de servicios masivos de salud. Los carteles interiores para el comercio de un familiar. No hace falta explicar demasiado, es bastante obvio que estos proyectos no implican el mismo nivel de responsabilidad, complejidad y por ello (otra obviedad) de precio. Es necesario ajustar los criterios de cotización al cliente y al proyecto. No se trata de 'ajustar la pedrada al tamaño del sapo' sino más bien de prever las posibles implicancias económicas que pueden derivar de un involuntario error en la producción, por ejemplo. Hay que manejar márgenes lo más amplios posibles mientras más grande sea el proyecto. Por eso es tan difícil poder estimar un tarifario o baremo en servicios diseño, porque las características de cada proyecto en particular son tan diferentes como las empresas que los solicitan y los profesionales que los brindan.

Esta conferencia fue dictada por **Alejandro Bottini** (Fundación Gutenberg - Argentina) el martes 29 de julio en el Tercer Encuentro Latinoamericano de Diseño 2008. Facultad de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo, Buenos Aires, Argentina.

O conforto como ferramenta do design têxtil

Ana Cristina Broega y Maria Elisabete Cabeço Silva

É reconhecido, desde há muito tempo, que é difícil descrever o conforto de uma forma positiva, mas o desconforto pode ser facilmente descrito em termos de quente, frio, áspero, picante, etc. Desta forma, uma definição unanimemente aceite para o conforto é 'a ausência de dor e de desconforto em estado neutro'. Além disso, os estados psicológico e fisiológico têm um certo número de aspectos a considerar, como o: Conforto Termofisiológico: que traduz um estado térmico e de humidade à superfície da pele confortável, que envolve a transferência de calor e de vapor de água através dos materiais têxteis ou do vestuário; Conforto Sensorial: que

é o conjunto de várias sensações neurais, quando um têxtil entra em contacto directo com a pele; o Conforto Ergonómico: que é a capacidade que uma peça de vestuário tem de "vestir bem" e de permitir a liberdade dos movimentos do corpo, Conforto Psico-Estético: que é a percepção subjectiva da avaliação estética, com base na visão, toque, audição e olfacto, que contribuem para o bem-estar total do portador. Em todas estas definições, há um número de componentes essenciais que, estando o conforto relacionado com a percepção subjectiva de várias sensações, abrange muitos aspectos sensoriais humanos, como o visual (conforto estético), o térmico (frio e quente), a dor (áspero e picante) e o toque (liso, macio, rugoso, fresco, quente).

As percepções subjectivas envolvem processos psicológicos, nos quais toda a percepção sensorial relevante é formulada, processada, combinada e avaliada, à luz das experiências passadas e dos desejos do presente, de modo a formular uma avaliação total do estado de conforto. As interacções corpo-vestuário (térmicas e mecânicas) desempenham funções muito importantes na determinação do estado de conforto do portador, assim como os ambientes externos, (físico, social e cultural). A percepção subjectiva do conforto compreende processos complicados de 'psicologia sensorial', em que um grande número de estímulos do vestuário e de ambientes externos se transmitem ao cérebro, através de multi-canaís sensoriais, estimulando respostas de percepções subjectivas. Por Tudo isto, o conforto é um conceito multidimensional e complexo.

Esta conferencia fue dictada por **Ana Cristina Broega** y **Maria Elisabete Cabeço Silva** (Univesidade do Minho - Portugal) el martes 29 de julio en el Tercer Encuentro Latinoamericano de Diseño 2008. Facultad de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo, Buenos Aires, Argentina.

Vestuario: de la intención a la materialización

Gabriel Cabuli y Andrea Suárez

Bien sabido es que los modos de vestir son portadores de valores expresivos y comunicacionales. La prenda es forma y a su vez es el signo de comunicación social por excelencia, tanto en su cualidad semántica, como en su calidad estrictamente formal. Diseño y realización de vestuario, mas allá de lo que a simple vista aparece como obvio, merecen una consideración específica.

Diseño de vestuario

La función del vestuario es la de completar, a través de su imagen visual, la totalidad del personaje como tal, a través de la conjugación del diseño con el cuerpo del actor se da lugar a una imagen que es percibida como una