

A criação de informações de estética na indústria da moda da sociedade pós-industrial (2001)

Leonardo de Queiroz Braga Cavalcante*

Orientadora: Syomara dos Santos Duarte Pinto**

O propósito do texto é apresentar a estrutura de desenvolvimento da moda na sociedade pós-industrial desde a emergência de uma tendência social até o consumo de um produto. Para isso, será utilizado como referencial teórico o *Modelo do Processo de Transformação da Moda* desenvolvido por Cholachatpinyo *et al.* (2002). Este modelo integra muitas pesquisas preliminares sobre o processo da moda e faz novas previsões sobre a tradução das tendências sociais em estilos de vida específicos. O texto mostra que há uma relação entre indivíduos (membros da sociedade) e a sociedade como um todo em termos de mudanças de moda. Isso significa que a interação entre o nível micro (individual) e o nível macro (dinâmica social) causa transformação na estética de uma estação de moda. Nesse processo de interação, propõem-se duas importantes forças para a transformação da moda: A “força de diferenciação” e a “força de socialização”. Elas operam em diferentes níveis -macrossocial e microsso- cial- e através de diferentes praticantes da moda. O texto fornece excelentes suportes para a reconceitualização do processo de desen-volvimento de um conceito de moda e, em particular, sugere que os fatores psicológicos do indivíduo estariam tendo uma nova importância em todo o processo da moda, assim como na maneira como as novas modas emergem. Além disso, será mostrado que os novos e emergentes estilos de vida são, primeiramente, interpretados pelos profissionais da indústria em conceitos de moda e, posteriormente, em produtos de moda. O texto explicará a tecnologia de geração de informações estéticas e conhecimento na indústria da moda da sociedade pós-industrial. Busca-se apresentar o mecanismo capaz de identificar os elementos de poder de venda e distinção que se transferem a cada nova coleção de roupas e/ou de acessórios. Esse processo de identificação é essencial para prognosticar as tendências de moda que estão por vir para diminuir -ou mesmo, eliminar- o grau de incerteza com relação à estética de roupas e de acessórios de uma estação de moda. O texto mostrará que esse mecanismo é formado, na sociedade pós-industrial, por especialistas em tradução de ten- dências sociais em conceitos de moda que trabalham nos escritórios de estilos europeus e americanos, os prognosticadores ou preditores de moda, que têm o propósito de orientar a criatividade e de satisfazer a demanda de compensação-antecipada dos profissionais de design e marketing da indústria da moda internacionalmente. Mostra-se que o trabalho dos escritórios de

estilo é mais que assistir a desfiles de moda e escolher as tendências potenciais de sucesso mercadológico, embora isto também seja uma das funções do preditor de moda. A prognosticação de moda é um processo que rastreia mudanças em cores e estilos, alterações em estilos de vida e em modelos de compras e diferentes maneiras de realização de negócios. O que parece ser uma atividade aleatória e apenas um assunto relacionado ao com- primimento da bainha, à cor da estação ou ao aviamento extravagante, é, na verdade, uma compreensão profunda e muito mais sofisticada do mundo no presente e no futuro. A prognosticação de moda observa as tendências em fluxo, tenta compreender o presente, confronta o inesperado e contempla o futuro com confiança.

*Graduado em Estilismo e Moda, Universidade Federal do Ceará, Brasil

**Curso de Estilismo e Moda, Universidade Federal do Ceará, Brasil

Alguien tiene que escribir los textos (2003)

Cómo resolver o encargar la redacción de las piezas de diseño gráfico y digital

Ricardo Palmieri*

Los diseñadores gráficos y digitales se enfrentan permanentemente a la necesidad de generar textos para las distintas piezas. En algunos casos, los textos vienen dados por los clientes que les encargan esos desarrollos. En muchos otros, ese texto no existe y se enfrentan al desafío de resolverlos. A veces, lo logran. Otras, no.

La actividad del redactor publicitario o especializado en comunicaciones para las organizaciones, sigue siendo casi desconocida.

A menudo es confundida con la del periodista o con la del escritor.

Lo mismo sucedía, al menos en Buenos Aires, con la actividad del diseñador gráfico hasta no hace tanto tiempo.

Luego de su incorporación como carrera a la universidad pública de la Capital Federal, adquirió un status nuevo e, incluso, se podría decir que despertó vocaciones.

Mientras tanto, la carrera de redacción publicitaria sigue sin tener un nivel académico, al menos en el ámbito de esta ciudad.

Como no es posible esperar a que ello suceda, resulta vital que el diseñador sepa cómo llevar adelante un texto si desea que el mismo sea hecho de manera profesional.

Para ello, existen expertos que realizan esa tarea diariamente y, también, pautas para mejorar el estilo de escritura que ayudan a lograr un resultado final donde

la calidad del diseño se encuentre nivelada con la de las palabras.

* Licenciado en Publicidad. Estudio Redacción: Palmieri.

Artes visuales (2004)

Una propuesta de continuación integrada de estudios

Ana Beatriz Pereira de Andrade*

Se presenta la propuesta pedagógica del Curso de Posgrado en Artes Visuales como oferta de continuidad de estudios en el área de Diseño y Artes de la Universidad Estácio de Sá. El eje conceptual que enlaza las correspondencias teóricas y prácticas relaciona lo interdisciplinario. La experiencia educativa docente se orienta considerando el trabajo colectivo mediante enlaces integrales.

Artes Visuales aún es un asunto nuevo en términos de enseñanza en Brasil. Nuestra tradición se inicia con los modelos de la Escuela de Bellas Artes, cuyas prácticas resultaban en expresiones segmentadas: Pinturas, esculturas y grabados, por ejemplo.

En términos de movimientos artísticos, sin lugar a dudas, el concretismo y el neoconcretismo, registrados entre las décadas de 50 y 70, fueron fundamentales para presentar en el escenario nacional posibilidades de expresión integrando múltiples lenguajes.

La instauración y consolidación de las escuelas de Diseño, Arquitectura y Urbanismo, a partir de la década de 60, también es un hecho a ser considerado. La venida de Max Bill para Brasil y la intersección entre las áreas, revelada en las obras de Lina Bo Bardi, Amílcar de Castro y Oscar Niemeyer, abre camino para el repensar de la educación en el campo específico de las Bellas Artes. Hasta la década de 80, fueron muchas las instituciones de enseñanza superior en el país a ofrecer cursos de Licenciatura en Artes y Bachillerato en Artes Plásticas (con habilitaciones segmentadas). También era reconocida la presencia del profesional de Artes delante de diversos proyectos de gran importancia para la cultura, historia y sociedad brasileña.

Entretanto, hubo múltiples interpretaciones y discusiones sobre la necesidad y obligatoriedad de disciplinas relacionadas al Arte en los currículos de las escuelas y muchas instituciones de enseñanza y cursos libres interrumpieron oferta en este área.

Los cambios tecnológicos, incluyendo el advenio de la computación gráfica y las teorías referentes a la teoría de la imagen, fueron determinantes para el repensar de la importancia y el papel de las Artes, no sólo en la educación, sino también en la formación global del ser humano y de la sociedad.

Delante de estas aceleradas transformaciones que están modificando las sociedades, detectamos profundos cambios en el paradigma de la comunicación. Con una línea telefónica y un microordenador podemos comunicarnos con individuos de todas partes del mundo. Las formas como esta comunicación puede darse también son diversificadas (palabras, sonidos, imágenes).

La sincronía tampoco es prioritaria: Emisor y receptor charlan en tiempo real (real time). El hiper-texto y la hipermedia contribuyen para romper con la base del discurso semántico, desvinculando los agentes de la comunicación lineal.

Así, es necesario repensar la metodología y los contenidos prioritarios en todas las áreas, adecuándolos a esta nueva realidad. En sintonía con los nuevos tiempos, es este el desafío que el Posgrado en Artes Visuales se propone a vencer en su especificidad.

Y también, en una sociedad con problemas de tolerancia, que resulta también en violencia cotidiana, la mayoría de las veces, son iniciativas relacionadas con las Artes, no olvidándonos tampoco de los deportes, aquellos que han presentado resultados directos para la sociedad. Algunos proyectos pueden ser considerados como ejemplos: Aquellos desarrollados en el Complejo de Mangueira, en la comunidad de Rocinha, además de las escuelas mantenidas por el músico Zeca Pagodinho y por el escenógrafo Gringo Cardia.

Con la lacuna de profesionales, formados en la área de Artes las dos últimas décadas, empresas, instituciones socioculturales, organizaciones no gubernamentales y escuelas de enseñanza fundamental y media (considerando red pública y privada), han atravesado dificultades en el sentido de encontrar profesionales habilitados a llenar los espacios destinados a esta área. La oferta de mercado prioriza, sobre todo, la posibilidad de actuación práctica en conjunto con las nuevas tecnologías y base teórica actualizada, o sea, profesionales capaces de articular un conocimiento interdisciplinario. De esta forma, creemos que el Posgrado en Artes Visuales atiende a una demanda de mercado, tanto en el área profesional -el artista o profesional de otras áreas que deseen formación y actualización, reflexión a partir de informaciones actuales, ejercicio y práctica de técnicas-, como académica -destinada a estudiantes, profesores, profesionales que desarrollan proyectos, de esta o de otras áreas, que deseen especialización- y también de investigaciones (estudiantes, profesionales y demás interesados en conocer y discutir técnicas y conceptos presentes en la contemporaneidad que puedan resultar en nuevas propuestas para la mejoría de la sociedad). La estructura curricular está compuesta por 13 disciplinas, contemplando el Arte Latinoamericano de forma pionera. Ofrecemos también a los alumnos herramientas para el desarrollo profesional autónomo en Artes a partir de conocimientos específicos en las áreas del Derecho Autoral, Administración, Marketing y Montaje de Exposiciones. Al fin del Curso, a partir de la disciplina "Taller de Libre Expresión" (tradicional/digital) la clase de alumnos desarrolla proyectos para ser expuestos en galerías de arte en la propia institución de enseñanza y en espacios públicos. Los resultados obtenidos hasta el presente, reflejan la multiplicidad de lenguajes y conceptos propuestos a lo largo del Curso.

La metodología de enseñanza, integrada e interdisciplinaria, privilegia la investigación y la reflexión con uso de referencial teórico y material audiovisual actualizado. El objetivo es motivar la comprensión, irradiación de valores artísticos, humanísticos, culturales y estéticos de la contemporaneidad, en el sentido de