

prestado a la cultura de consumo e introducido en el mundo de la comunicación artística, para representar y argumentar una manera de asumir el mundo, como respuesta tentativa - libre, aficionada al juego y a la interacción - a las muchas interrogantes sobre la identidad cultural actual.

Con este fin, sus intervenciones se despliegan en el espacio de la ciudad y en el espacio virtual, además de intervenir en galerías y museos, como espacio privilegiado para crear el Mundos Conceptuales, visión del mundo hecha realidad a través de objetos e imágenes. Sus intervenciones tienen un diseño temporal y un diseño espacial, variando su modo de expresión, para crear interés, motivación e implicación en el público. Los resultados de la intervención en la comunidad, evaluados en las salas de clase, intervienen activamente en un aprendizaje cada vez más autónomo, abierto a la permanente interacción de las diferentes situaciones de comunicación.

Negociación en el diseño (a137)

Leandro Javier Ortiz*

Evolución Visual, bajo su propia experiencia ha resumido un breve ensayo sobre el rol del diseñador frente a la negociación comercial.

Antropológicamente podríamos pensar que el diseñador está y ha estado en la vereda del frente de las ciencias económicas, podríamos pensar que no está capacitado íntegramente para cerrar adecuadamente un negocio sin que el D.G. pierda (dinero, tiempo y hasta prestigio). El diseñador frente al espejo: Sus prejuicios, su masoquismo y hasta sus vanidades son motores básicos para el fracaso comercial.

Evolución Visual hace un autoanálisis, sobre las cosas que hay que dejar a un lado a la hora de negociar.

1ra. Parte: El diseñador como tal

- Valores:

1. El valor del Diseño: ¿Qué papel cumple el dinero?
2. El valor del diseñador: Tiempo, capacitación, necesidades del mismo.
3. El valor profesional: ¿Cuándo nos transformarnos en profesionales?
4. El valor del portafolio.
 - El equilibrio I:
 1. ¿Qué debemos poner en la balanza? a que debemos renunciar, y que debemos asumir.
 2. Antes que diseñador: la persona.

2da Parte: El diseñador como vendedor

- La presencia:

1. La presencia una moneda con mucho valor
2. La palabra (responsabilidad en el momento de la negociación)
3. Puntualidad en todos los aspectos.
 - El equilibrio II:
 1. El cliente, el Diseño, el diseñador.

2. El gusto, la necesidad, la función.

3. No defender lo indefendible. Los caprichos del diseñador.

- Como conservar al cliente

1. Los clientes temporales
2. Clientes difíciles, ¿conviene la relación con clientes conflictivos?
3. Los servicios extras, merchandising y promociones.

3ra Parte: El diseñador frente a la sociedad

- La profesión

1. Arte o negocio: El diseño pan de cada día.
2. "Serás lo que debas ser o no serás nada"
3. Buscar soluciones y respuestas en tus colegas.

* Diseñador Gráfico - Dibujante Publicitario. Director Creativo de Evolución Visual Design Studio Córdoba. Director de Arte Proed (Programa de Educación a Distancia) Universidad Nacional de Córdoba).

Projeto Pedagógico do curso de graduação tecnológica em Estilismo em Moda (a138)

Germana Maria Fontenelle Bezerra*

O presente trabalho tem como objetivo apresentar o Projeto Pedagógico do Curso de Estilismo em Moda da Faculdade Católica do Ceará - Marista Fortaleza, nos seguintes aspectos: A presença da instituição Marista no País e no mundo; justificativa da oferta do curso; perfil profissional, organização curricular, fluxograma (módulos, unidades curriculares e eixos temáticos), estrutura física, práticas pedagógicas, dentre outros, bem como levantar a discussão do ensino tecnológico na referida área do conhecimento.

Os cursos superiores de moda surgiram no Brasil no final da década de 80 (oitenta) do século passado, coincidindo com a abertura dos mercados e a constatação de que não havia preparação adequada de nossas empresas e profissionais para enfrentar o novo cenário econômico que então surgia.

Especificamente no setor têxtil e de confecções, a melhoria do nível de qualificação e formação de novos profissionais foi impulsionada, proporcionando a evolução no conceito da moda como objeto de estudo. Atenta às transformações de natureza econômica, política, social, científica e tecnológica, a UNBEC - União Norte Brasileira de Educação e Cultura, Mantenedora da Faculdade Católica do Ceará, em acordo com o Plano de Desenvolvimento Institucional, ao propor a criação do Curso de Tecnologia em Estilismo em Moda mostra estar em sintonia com as novas demandas da sociedade na qual está inserida, pois colabora e interfere no desenvolvimento de seu meio sócio-cultural e econômico, na medida em que oferece sua estrutura e seus serviços e promove a inserção de profissionais capacitados para enfrentar a nova dinâmica do capital e do mercado de trabalho, conceituado como processo de globalização. Sua proposta de formação de profissionais em diversas modalidades está amparada pelos princípios da Lei de

Diretrizes e Bases da Educação Nacional, assim como em consonância com os objetivos e prioridades do Plano Nacional de Educação.

Observando os dados da ABIT - Associação Brasileira da Indústria Têxtil, a produção de têxtil-vestuário-moda é uma realidade crescente com expansão nacional e internacional. Segundo o censo industrial brasileiro de 2001, constam 18.438 unidades fabris no território nacional, classificadas em pequenas indústrias, 12.818 unidades; médias empresas, 5.076; e grandes empresas, 544. A região Nordeste representa o terceiro maior pólo de confecções com 2.607 unidades, sendo o Estado do Ceará o maior produtor de confecção distribuído em diversos segmentos de roupas íntimas, esportivas, sociais e profissionais. Nesse sentido, o desenvolvimento de pesquisas e produtos até a grande variedade de empresas e eventos demonstra a importância e vitalidade deste setor econômico para a sociedade brasileira. Existe hoje um calendário oficial de eventos e feiras, resultando num aperfeiçoamento constante de todo o setor. Entre os eventos, cumpre destacar a FENIT - Feira Internacional da Indústria Têxtil, em São Paulo, que realiza grandes negócios e difunde novidades para o setor, a exemplo da FENATEC - Feira Internacional de Tecelagem, que antecipa as tendências de moda. Além destes, mais voltados para a realização de negócios, há o São Paulo Fashion Week, que representa o principal evento de moda do país e se firmou como a maior referência para a consolidação e destaque da moda brasileira no mundo.

No Ceará, além das feiras de negócios, como o Festival da Moda de Fortaleza - FMF e o Ceará Summer Fashion, que atuam no mercado de moda, existe ainda o Dragão Fashion, evento que se firmou no calendário nacional e se propõe a revelar novos talentos na moda, notadamente os estilistas oriundos das escolas de formação. Neste evento, indústrias têxteis, a exemplo da Santana Têxtil do Brasil, empresa cearense, se aliam à iniciativa como patrocinadoras, visando promover estudantes de moda, estilistas e designers que lançam suas criações de modo experimental ou profissional.

O Curso Superior de Tecnologia em Estilismo em Moda da Faculdade Católica do Ceará vem atender a esta necessidade premente, visando contemplar o setor de produção têxtil-vestuário-moda, com o objetivo de ofertar ensino de qualidade e formação específica no segmento de moda. Atenta ao conteúdo que se propõe ensinar, aplicar e orientar, de modo eficiente e eficaz, desenvolve métodos inovadores no processo de criação, planejamento e execução de produtos e serviços de moda.

O Projeto Pedagógico do Curso de Tecnologia em Estilismo em Moda foi elaborado por uma comissão de professores do curso conduzida pela coordenadora, tendo como parâmetro norteador à missão, os valores e as diretrizes didático-pedagógicas do Projeto de Desenvolvimento Institucional da Faculdade Católica do Ceará, enquanto Instituição Marista.

* Mestre em Educação. Coordenadora do Curso Superior de Tecnologia em Estilismo em Moda da Faculdade Católica do Ceará - Marista Fortaleza.

O olhar e o fazer: Design e artesanato no Brasil (a139)

Germana Maria Fontenelle Bezerra*

Designers de moda utilizaram no final do século e vêm utilizando atualmente o artesanato na diferenciação do seu produto. O projeto Designers e Artesãos - Extratos da Moda Brasileira lançado por uma malharia brasileira, envolveu a cadeia têxtil, o designer e o artesão. Relataremos o processo de criação e desenvolvimento de produto da Renda de Bilro no referido projeto.

* Mestre em Educação-UFC.

Vinhetas de televisão (a140)

Do estático ao pós-moderno

Carla Cristina da Costa*

O artigo apresenta um resumo sobre a evolução das vinhetas televisivas no Brasil, desde quando apresentavam um formato estático até a forma mais dinâmica das que são desenvolvidas a partir dos anos 1980, com destaque para as vinhetas da MTV. Inicialmente as vinhetas eram meros cartões de papel, pintados com nanquim, filmados por uma câmera parada. Com o advento da computação gráfica e a introdução de novos recursos tecnológicos, as vinhetas passaram a exibir movimentos e elementos gráficos cada vez mais sofisticados.

É discutida também a influência do pós-moderno no videodesign, área responsável pela criação das vinhetas. As características históricas e estruturais do videodesign, que utiliza diversos dispositivos tecnológicos e softwares para conceber seus projetos, proporcionariam às vinhetas, através de recursos visuais, uma expressão privilegiada de parte dos aspectos atribuídos à cultura pós-moderna, como a fragmentação, a efemeridade, a descontinuidade, a quebra da narrativa, o resgate do passado, o pastiche, dentre outros.

As vinhetas da MTV são consideradas produtos legítimos gerados pelo videodesign, que conseguiriam exprimir várias características atreladas a esta cultura. A MTV assumiria também um lugar de destaque na reprodução das manifestações pós-modernas por fazer parte da indústria cultural, tendo como principal audiência o jovem, o que incentiva a emissora a estar sempre em conexão com as últimas tendências. Além disso, as vinhetas da MTV seriam reconhecidas pelo alto nível de experimentação, o que acaba também beneficiando a expressão de aspectos considerados pós-modernos.

A relação que as vinhetas televisivas possuem com o pós-moderno estaria associada ao ambiente de criação inerente ao videodesign. O profissional que atua nessa área do design gráfico, o videodesigner, dispõe de ferramentas de trabalho que o tornariam um profissional privilegiado em captar parte do universo simbólico pós-moderno. Com o uso do sistema "copy-cut-mix-edit"