

Ao longo dos tópicos de conteúdos são disponibilizados dicas, sugestões de estudo, artigos e bibliografia para aprofundamento dos assuntos, e exercícios, que podem ser realizados individualmente, em grupo ou explorados num contexto formal de sala de aula.

O CD “Fundamentos da cor” poderá ser utilizado como apoio ao processo presencial de aprendizagem ou usado de forma integrada à atividades colaborativas à distância. Portanto, é um material flexível que pode ser explorado em contextos formais, em processos individuais de aprendizagem e tem como público alvo estudantes e profissionais que se utilizam da linguagem gráfico-visual em sua atuação profissional, sobretudo, designers, arquitetos, fotógrafos, arte finalistas e professores dessas áreas.

\* Mestre em Artes na área de Cor. Doutora em Engenharia de Produção na área de Cor e ambientes virtuais de aprendizagem.

### Otimização da modelagem para comércio exterior europeu e americano (r049)

Germana Maria Fontenelle Bezerra\* y Maria Rafaelle de Moura Silva\*\*

O trabalho a “Otimização da modelagem para comércio Exterior - europeu e americano”, numa empresa do segmento de moda praia e aeróbica, objetivando analisar como vêm sendo realizadas as negociações com o comércio exterior e como aprimorá-las para uma melhor e maior atuação neste mercado. Embora o foco da pesquisa tenha sido a adaptação da modelagem às medidas estrangeiras, foi realizado um diagnóstico da empresa no que diz respeito à qualificação da produção industrial voltada para a exportação da marca, abrangendo todos os setores da empresa.

\* Ms. Universidade Federal do Ceará.

\*\* Graduanda. Universidade Federal do Ceará.

### Pesquisa e Gestão do design no trabalho do estilista (r050)

Francisca Danielle Araújo de Souza\*

“Estética industrial, design, o mundo dos objetos está doravante inteiramente sob o jugo do estilismo e do imperativo do charme das aparências. O passo decisivo nesse avanço remonta aos anos 1920-1930 quando, após a grande depressão nos EUA, os industriais descobriram o papel primordial que podia ganhar o aspecto dos bens de consumo no aumento das vendas: good design, good business”. (Lipovetsky, 1989:164).

O presente trabalho trata da pesquisa e da gestão do design voltado para a Moda, mais precisamente no processo industrial que vem se desenvolvendo no Brasil, sobretudo com o advento das faculdades de Moda que profissionalizam o setor. Buscou-se evidenciar como

esses dois vetores são importantes na elaboração de um produto para um resultado favorável junto ao mercado. Para tanto é necessário o bom entendimento do micro e macro ambientes que envolvem a atmosfera de pesquisa e desenvolvimento de um produto assim como a sua sustentabilidade.

O design, juntamente ao marketing, assumiu na atualidade grande importância como um elemento de inovação e agregação de valor, constituindo identidades e até mesmo imagens de marcas no mercado. Como um bom exemplo, temos a indústria do vestuário, que também vem desenvolvendo-se positivamente. Este fato torna-se evidente nos últimos quinze anos com a efervescência dos eventos

e a ascensão da moda brasileira através da evolução das marcas e conseqüentemente, do seu design.

Mário de Araújo em seu livro *Tecnologia do Vestuário* afirma que “... o design de hoje terá que ser um gestor com responsabilidades na tomada de decisão, planejamento e política empresarial”. (Araújo, 1996:04) O que Mário de Araújo quer dizer é que o profissional desta área, que trabalha na confecção de hoje une duas dimensões complementares: Design e Marketing. Aquele diz respeito a concepções, pesquisas, projeto que melhoram os produtos; este trata do desenvolvimento de estratégias e políticas de comercialização que possam ser percebidas pelos clientes como diferenciais agregando desta forma valor ao produto.

Segundo dados do Sindicato das Indústrias de Confecções do Estado do Ceará, nos últimos anos a Indústria de Confecção Cearense evoluiu bastante investindo em novos métodos e processos de produção, na pesquisa, na busca de novos mercados e, sobretudo na adequação de seus produtos ao consumidor. Todas essas mudanças se devem aos avanços tecnológicos e as alterações no comportamento do consumidor, que vem influenciando substancialmente nos mercados. Nosso estado possui hoje 3 mil empresas gerando 60 mil empregos diretos. Somente no período de janeiro à US\$ 7,5 milhões. Esses dados somente apontam para a grande importância do setor para economia do estado.

Este é apenas um reflexo do que vem acontecendo no Brasil, desde o surgimento das faculdades de Moda. Estas escolas iniciaram o processo de profissionalização do setor que passou a aprofundar conhecimentos e conceitos aplicando-os diretamente no mercado de trabalho. O que se vê desde a década de oitenta até o presente momento é a ascensão crescente da profissão de Estilista Industrial.

Este profissional veio exatamente coordenar, de forma complementar os vetores: Moda, Design e Marketing. Ou seja, trabalhar a gestão desses vetores.

Trabalhar com a gestão do design significa um trabalho árduo de pesquisa constante a fim de se identificar desejos e desenvolver as melhores ofertas aos diferentes mercados do vestuário. Para tanto devemos considerar dois pontos fundamentais: macroambiente e microambiente. O primeiro envolve questões econômicas, culturais, tecnológicas e legislativas que vão influenciar direta e indiretamente o desenvolvimento e lançamento de produtos e serviços. Já o segundo está diretamente ligado ao ambiente da empresa e suas possibilidades

fabris, capacidade produtiva e sua estrutura. É o que vai esclarecer o que é possível de ser realizado pela empresa e o que deverá ser feito fora, de maneira terceirizada ou simplesmente não fazer.

A pesquisa é o que vai permitir levantar os dados desses ambientes e a gestão é o que vai mostrar como utilizaremos esses dados de forma a atingir objetivos, identificar oportunidades e satisfazer clientes. Segundo Pires, "Ter boas idéias é muito diferente de viabilizá-las e concretizá-las em produtos". Por isso pesquisa e gestão do design são importantes aliados dos negócios de moda. Desenvolver um produto de moda é saber pesquisar, é atribuir conceito, é se comprometer com um cronograma para que possamos realizar ações preventivas, é cumprir etapas do desenvolvimento do produto, é treinar suas equipes de vendas, é saber vender. E no mundo de hoje é também pensar na sustentabilidade ecológica e no desenvolvimento da responsabilidade social.

O design de moda hoje ultrapassa a barreira do produto e do serviço. A preocupação com a garantia de continuidade dos recursos e com a sobrevivência do meio ambiente são motivos de discussão entre designers de todo o mundo. Trabalhar o belo com a responsabilidade ecológica de não poluir, não criar tantos resíduos e de reciclar. E ainda contribuir com as questões sociais.

Os negócios de moda hoje vão além do cuidado estético e lúdico da criação. Eles permeiam universos distintos, porém interdisciplinares. Lidam com pessoas e emoções através do design do produto e suas formas de venda, e ao mesmo tempo do mercado, das tecnologias, dos processos, das estratégias, da logística. Tudo isso somente é possível através da utilização dos dois vetores fundamentais: Pesquisa e Gestão. Assim, devemos estar em busca da melhor compreensão do funcionamento e do melhor uso dessas ferramentas de trabalho da moda e do design na atualidade.

\* Bacharel em Estilismo e Moda, Universidade Federal do Ceará. Especialização em Design Têxtil, Faculdade Marista de Fortaleza (em curso).

## Por un design ecológico (r051)

La utilización de compósitos de la construcción civil en la actividad del design de productos

Ana Karla Freire de Oliveira\*

El Laboratorio experimental del diseño industrial de la Universidad Federal de Campina Grande está preparado para desarrollar arquetipos de productos usando residuos sólidos de la construcción civil, algo se relacionó directamente con la ecología y el ecodesign industrial.

Esta investigación presenta una tecnología sostenible para el reaproveitamento de residuos sólidos de la construcción civil (rocas, cristales y caucho) en los dulces de productos. El diseño será presentado como la herramienta de la valuación y viabilización de esta tecnología de los productos viables y de los ecoeficientes.

La ecología industrial se presenta actualmente en la construcción, pero su gran potencial es ya frente perceptible a los problemas ambiente. Profesionales de la ingeniería, administración, el diseño y la arquitectura irán a encontrar en este nuevo sistema un campo todavía que poco exploró para la acción y el estudio en un área que de tal manera requiere las nuevas soluciones para el sistema productivo, cuánto para el ambiente. De acuerdo con AUSUBEL (1993), "el objetivo de la ecología industrial es formar una red de los procesos industriales más elegantes y con poco wastefulness". O cualquiera, una sociedad industrial se preocupó de impactos ambiente de sus productos, donde contratarán al profesional ellos con los ciudadanos, políticos y agencias diversos en la intención de frenar ya el estado tan avanzado de la degradación ambiente donde adentro los encontramos, consideración de las mejoras en los sistemas productivos y de la gerencia de los residuos. La construcción civil es la generación mayor de los residuos de todos los seres humanos de las actividades. El volumen de desperdicios de la construcción y de la demolición es hasta dos veces maior que el volumen de basura urbana. En las ciudades brasileñas, depositan a la mayoría de estos entulhos de manera incorrecta en grandes aterros, obstruyendo corrientes y favorecer la proliferación de mosquitos y otros detainers de los insectos de enfermedades serias, qué lo toma para ser público capaz para expender la gran cantidad de dinero para decidir a tal problema.

El reciclaje de los desperdicios de la construcción civil presenta ventajas innumerables, por ejemplo: economía en la adquisición de la materia prima, tenía la substitución de materiales convencionales, para los desperdicios; reducción de la contaminación generada para los desperdicios y de sus consecuencias negativas como las inundaciones y assoreamento de los ríos y de las corrientes, preservación de e de las reservas naturales de la materia prima.

La técnica del reaproveitamento de derivar residuos de la construcción civil fue desarrollada en la universidad federal de Campina Grande para el departamento del genio civil y el técnico Ernest científico Luis de la asociación de Oliveira y puesta en ejecución por el curso del dibujo industrial del UFPB en proyectos de los productos (2001). Las etapas de la técnica relacionada del reaproveitamento de los residuos sólidos si divídase en las fases siguientes: Colección y selección de residuos; Trituramento; Peneiramento; Moldeado; Andamio; Mortero; Pulimento de impermeabilización y final.

El proceso que si los hallazgos descritos en este artículo son un panorama general y se pueden adaptar a cualquier parte que vaya a ser producida. Como fue visto, la técnica del reaproveitamento de los residuos demostrados aquí es demasíadamente simple, por lo tanto las aplicaciones en su accesible residual material de la constitución suficientemente y está de grado bajo de complejidad tecnológica. Qué carece, sin embargo, es una valuación más grande de este material en que dice respecto a una diversificación en la línea de la producción de la consumición buena. Por lo tanto, si la técnica de la producción es viable y el material presenta calida-