

razgo y desempeñar roles que ayudan a la realización exitosa de su objetivo.

La presente ponencia busca el intercambio de la experiencia y lograr una comunicación y porque no la elaboración de un proyecto multimedia en conjunto con otras escuelas.

Queremos conocerlos y que nos conozcan

* Artista plástico y comunicador multimedia. Toulouse Lautrec. Lima Perú.

A informática aplicada na criação de moda (r085)

Adriana Leiria Barreto Matos*

A informática há muito tem revolucionado métodos de trabalho em todo o mundo. Sua contribuição tem sido decisiva em diversas áreas do conhecimento, criando um novo cenário de possibilidades. Na indústria do vestuário, sua interferência compreende desde as indústrias químicas, responsáveis pelos corantes e pigmentos que serão aplicados às fibras, passando pela fase de pesquisa e chegando até a publicidade de marcas e produtos.

Foi em Dallas, Estados Unidos, que na década de 70, surgiram as primeiras idéias de colocar a informática a serviço da moda. Nessa época, as operações ligadas à confecção, tais como modelagem e montagem, ainda eram executadas em método puramente artesanal. Don Thayer e Ron Martell então se constituíram nos pioneiros, ao pensar e pesquisar de que modo poderiam transportar as necessidades da indústria para o computador. Essas necessidades estavam concentradas no desejo de economia de tempo, mais agilidade do processo produtivo e racionalização do alto consumo de matéria-prima. Como resultado do pioneirismo, o CAD (*Computer-Aided Design* ou Design Assistido por Computador) entra em cena. A modelagem foi a primeira a ser contemplada, criando-se um método de transferir e graduar moldes nos tamanhos desejados, utilizando os recursos do computador para tal tarefa.

Na década seguinte, a venda de sistemas autônomos de CAD/CAM tornou a popularização da informática aplicada à moda, em realidade. É importante esclarecer que a terminologia CAD pode englobar qualquer sistema utilizado como ferramenta de trabalho com *design*. Uma diferenciação particular da indústria do vestuário reside no fato de que além do CAD, é possível também investir nos sistemas CAM (*Manufacturing-Aided Design* ou Manufatura Assistida por Computador), que desempenham o importante papel de executar o que foi projetado pelo CAD, operando equipamentos, a exemplo das sofisticadas máquinas de corte. As primeiras empresas internacionais a se destacarem na produção desses sistemas específicos para a indústria do vestuário foram a Gerber /Camsco, Lectra Systèmes, Microdynamics, Assyst e Investronica.

Se a princípio a comunicação entre o CAD e CAM era bastante limitada, os avanços tecnológicos desenvolvi-

dos durante mais de duas décadas de pesquisa e experimentos, permitiu que o alcance desses sistemas se tornasse impressionante. Graças à ampliação de recursos, mais facilidade de uso e preço mais acessível dos computadores, a informática aplicada tem se popularizado ainda mais.

A modelagem foi a primeira a ser tratada eletronicamente, mas a criação, especificamente no cenário cearense começa a se valer desses recursos com mais força. É certo que a composição de estampas, impressos, catálogos, dentre outros, já são concebidos há algum tempo com ajuda de programas de imagens vetoriais ou de mapas de bits. Entretanto, a etapa de trabalho que está diretamente ligada ao estilista, ainda tem muito a interagir com a computação, especialmente na criação de desenhos técnicos, veículo primordial na representação da idéia que dá origem ao processo produtivo.

* Bacharel em Administração de Empresas, Universidade Estadual do Ceará. Bacharel em Estilismo e Moda, Universidade Federal do Ceará. Docente do Curso de Estilismo em Moda da Faculdade Católica do Ceará. Docente do Núcleo de Moda -SENAC- Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial.

Las marcas ponen la firma (r086)

Grafología publicitaria

Andrea Pol*

¿Cuál es el significado profundo que expresan las marcas, logotipos, isotipos, tipografías, avisos, etc.?

¿Qué aspectos inconscientes se expresan a través de la imagen y del color?

¿Cómo diseñar desde un logotipo hasta un sistema completo de identificación visual, teniendo en cuenta el sentido connotado que encierran las líneas, letras, formas, tonalidades, etc.?

A través de los tiempos, el hombre dotó de un particular simbolismo al "lugar" en el cual se desenvuelve. Ya en el arte prehistórico se presentan sobradas muestras del uso simbólico del espacio.

Desde las paredes de las cavernas hasta una simple hoja de papel, los medios seleccionados para expresar y materializar todo un conjunto de símbolos compartidos, son inagotables. La comunicación visual es tan antigua como el hombre mismo.

Universalmente, investigaciones y estudios desarrollados en disciplinas diversas, tales como Psicología, Sociología, Grafología o Antropología, evidencian la existencia de ciertas ideas apriorísticas establecidas de modo inconsciente, denominadas *arquetipos*.

En cada época determinada existe una especie de *cosmovisión gráfica*, esto es un conjunto de pautas o parámetros de "lectura" de las formas, que modela la percepción colectiva.

Por otra parte, los *arquetipos universales* - imágenes primigenias, similares y básicas que representan un conjunto de símbolos del pensamiento colectivo inconsciente de la gente, en todas las culturas y todos los