

En el segmento de cosméticos el *packaging* también desempeña un importante papel en la decisión de compra. Los consumidores están propensos a ser más receptivos y apasionados delante de propuestas con diseño innovador.

El sector de cosméticos abarca una gama de productos muy amplia, variando desde productos de alto consumo hasta el mercado de lujo, presentando, cada uno de ellos, características bien distintas. El diseñador debe preocuparse en desarrollar un *packaging* capaz de transitar por diferentes tipos de puntos-de-ventas como: Droguerías, supermercados, tiendas y almacenes sofisticados y, en algunos casos, hasta la venta directa.

Todos los datos presentan el sector como un área muy promisoría y de constante crecimiento. Según la Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (Abihpec) hubo un crecimiento acumulado de 97,5% en las exportaciones del sector en los últimos cinco años.

Datos del gobierno brasileño muestran las ventajas de exportación para el negocio. Entre estas ventajas están el aumento de la producción, posibilitando la empresa a disminuir los costos, la disminución de la carga tributaria, la reducción de la dependencia de las ventas internas y el perfeccionamiento de los procesos industriales y comerciales.

En el total, el proyecto englobó el desarrollo de *packagings* para una línea de diez productos, divididos en dos líneas secundarias, corporal y facial. Para tanto fueron utilizados tres tipos de cajas y nueve envases.

Durante el estudio de campo fueron visitados tiendas y almacenes que trabajaban con marcas propias, revendedores, droguerías convencionales y farmacias de manipulación. Así pues, se pudo evaluar el lenguaje visual del sector donde se observó la predominancia de una diagramación cuidando de la limpieza visual. Esa característica servió de directriz básica para que se lograse un proyecto adecuado al sector y a las necesidades presentadas.

La estrategia de diseño fue trazada sobre tres puntos clave que deberían estar presentes en el diseño: Uso de colores vivos; diferenciación en las líneas corporal y facial a través de colores y otros elementos visuales; innovación en las cajas.

A tipografía adoptada para el *packaging* es parte de la personalidad del producto y su elección es de cuidado y el uso de varias fuentes para componer un mismo *layout* puede ser extremadamente peligroso cuando hecho sin criterio y estudio profundizado del tema.

Se seleccionó, entonces, ocho fuentes para pruebas de prensa y reducción que fueron aplicadas a una etiqueta ficticia solamente para analizar el comportamiento de las fuentes en un *layout* sugestivo.

La diferenciación de las líneas corporal y facial fue hecha por medio de colores y logotipo de la línea. La fuente elegida acerca el usuario del toque humano, bastante presente en productos de belleza, pues que esa es la propuesta de la cosmética.

Para los cosméticos Hagla los elementos que componen la etiqueta son: Color; nombre de la línea; logotipo del producto; fuente para descripción del producto y informaciones adicionales; y logotipo Hagla. Para cada

uno de esos puntos fue realizada encuesta y/o pruebas para que el resultado final fuese lo más adecuado al proyecto.

La forma final es basada en la forma oval, para mejor adaptarse a los envases que poseen una extremidad más grande que la otra. El arreglo final de las informaciones es resultante de una grande variedad de intentos. Se percibe que los mismos colores son utilizados para los más diversos tipos de productos. El importante, y que se debe llevar en cuenta, es el resultado obtenido por los colores elegidos o por la combinación de algunos de ellos. Pensar en aplicar el color al *packaging* es, pues, algo que debe venir después de la observación intensa de mercado consumidor y de las características del producto y otras variables. El estudio de campo apuntó un uso inteligente de colores, sin exageraciones y de modo discreto.

La mayoría de las cajas disponibles en el mercado actualmente son producidas en papel cartón, presentando una oportunidad para innovar. El material buscado debería, además de presentar ventajas visuales para el proyecto, también tener aspectos ecológicos que justifiquen su uso. La solución fue usar cajas de polipropileno (PP), material totalmente reciclable representando una buena oportunidad para Hagla presentarse en una posición moderna e innovadora.

Los caminos hechos durante el proyecto mostraron la importancia depositada en el período anterior al diseño. Las informaciones obtenidas en esa fase mostraron con mucha claridad las posibilidades disponibles. La estrategia de diseño también apuntó de forma bastante eficiente el diseño y como resultado de eso en el momento de la generación de las alternativas ya se tenía de modo muy claro las características que los *packagings* iban a presentar.

\* Superior en Diseño Gráfico - Centro Federal de Educação Tecnológica de Campos. Profesor de Diseño Gráfico - Centro Federal de Educação Tecnológica de Campos.

\*\* Superior en Diseño Gráfico - Universidade Federal do Rio de Janeiro. Profesor de Diseño Gráfico - Centro Federal de Educação Tecnológica de Campos. Maestría en Educación - Universidade Federal Fluminense.

## O CAD como ferramenta de estudo no Curso Superior em Estilismo em Moda da Faculdade Marista de Fortaleza (r120)

Fabiola Mourão\*

### Introdução

O Trabalho apresentado descreve desde a aquisição do sistema até as etapas desenvolvidas durante o eixo temático Modelagem Informatizada da Faculdade Marista de Fortaleza, que consta de 80 horas, sendo 40 horas de Modelagem Plana Masculina e 40 horas de Modelagem Informatizada.

A motivação para este trabalho foi descrever todo o processo de desenvolvimento de peças do vestuário, com a utilização do CAD como ferramenta de modela-

gem otimizada e eficaz, além da inovação e atualização tecnológica.

O sistema foi adquirido na Faculdade Marista de Fortaleza especialmente para otimizar os processos de um atelier de modelagem, ampliação e encaixe, proporcionando a faculdade atender as exigências de um novo mercado, simultaneamente ligado ao mundo da moda, visto que o perfil deste aluno está dentro do padrão atual. O perfil que as empresas buscam é de uma pessoa arrojada e inovadora. Alguém muito bem preparado que tenha atitude e que não tema desafios para que o mesmo possa criar peças do vestuário diretamente na tela e ainda fazer adaptação de modelos em bases pré-existentes o que garante uma maior produtividade e uma maior qualidade no processo e no produto final.

Neste trabalho de princípio é feita uma descrição do que é desenvolvido em sala de aula utilizando-se o Sistema Audaces.

A didática utilizada para o desenvolvimento desta competência é feita de forma dinâmica e criativa fazendo com que o aluno busque conhecer e superar limites, através de exercícios e aulas teóricas. Posteriormente é feita uma descrição das melhorias que se deu nas indústrias de confecção através da aquisição de um sistema CAD, cujo objetivo principal é fazer um parâmetro entre o processo manual e o processo automatizado.

#### **Desenvolvimento**

Este Eixo foi desenvolvido seguindo um cronograma com atividades a serem desempenhadas propiciando ao aluno um crescente conhecimento para respaldar o perfil proposto inicialmente, conforme descrito abaixo: No eixo temático Modelagem Masculina é ensinado ao aluno, tirar medidas do corpo humano usando e entendendo a antropometria para criar sua própria tabela de medidas. Também são traçadas peças básicas do vestuário que depois são acrescidas de margens de costura e graduadas.

Finalizado este processo dá-se início uma familiarização com o CAD que na Faculdade Marista o sistema escolhido foi o Audaces. Nesta etapa do processo é feita demonstração do sistema e de suas ferramentas.

Na modelagem é utilizado é Audaces Moldes, o programa proporciona um trabalho em escala real através da entrada de dados via mouse, teclado e mesa digitalizadora com a possibilidade de refazer qualquer comando sem danificar as peças originais, aumentando de modo significativo à produtividade de um modelista.

Nesta digitalização de bases é onde o aluno começa a assimilar o processo de digitalização, para posteriormente iniciar o processo de preparação de base onde se é acrescido margem de costura, definido posicionamento de fio, edição de peças, tabelas de tamanhos e graduação (escalonamento).

Depois é feita nova digitalização de base e é disponibilizado para o aluno uma ficha técnica e um exercício onde constam todas as medidas necessárias para a realização de adaptação de bases, dá-se início a modificação de base via écran.

O aluno deverá seguir a ficha técnica e as orientações contidas no exercício para executar as modificações e criar as novas bases.

As próximas adaptações de modelos seguem os mesmo critérios, sendo que aqueles mais adiantados criam seus croquis e trabalham a partir de uma base existente para desenvolver o modelo da sua criação.

Como disse Mário Araújo “uma vez que os moldes entrem na memória do computador e aí fiquem armazenados, podem ser chamados para o écran e examinados, alterados, guardados ou incorporados no risco, sem que haja necessidade de os desenhar ou traçar novamente”. Terminado este processo inicia-se um estudo dos tipos de tecidos, tipos de modelagens, tipos de enfeitos, tudo isso para dar um reforço de conhecimentos para a utilização do programa Audaces Encaixe, o que proporciona a criação de vários encaixes para a escolha da melhor eficiência, havendo assim uma redução de horas significativas e uma visualização de toda a extensão da mesa no écran, o que possibilita ao aluno a manipulação de todas as peças constantes no encaixe, após a realização do encaixe o mesmo será impresso em tamanho real através de periféricos de saída de dados que é o ploter ou em tamanho reduzido através da impressora. No processo de modelagem hoje, um modelista consegue criar diretamente na tela uma média de seis a nove modelos complexos prontos (digitalização até a graduação) para plotagem por dia, já no processo manual esta produtividade cairia para no máximo quatro por modelista dependendo da grade de tamanhos (34 ao 44).

No encaixe existe hoje o encaixe automático para tecido plano, sua eficiência é enorme comparada ao processo manual.

#### **Conclusão**

Durante todo o processo de aprendizado houve uma preocupação em aliar teoria e prática, visando aprofundar os conhecimentos transmitidos no decorrer do Eixo Temático.

Foi utilizada tarefa de aula, exercícios de fixação e fichas técnicas para que o aluno assimilasse de forma prática a dinâmica utilizada pelas empresas de confecção no setor de modelagem informatizada.

Através de avaliações constantes foi possível se fazer algumas modificações e algumas adaptações para melhorar à dinâmica das aulas, havendo ainda uma análise detalhada do desenvolvimento dos alunos, vale ressaltar que aqueles que demonstravam um maior interesse pela modelagem obtiveram uma maior facilidade de aprendizado. Findado o período do Eixo Temático é notório o aproveitamento dos alunos, o que é mais um diferencial para lhes respaldar para enfrentar de forma mais tranqüila os desafios advindos de sua profissão.

#### **Rerefências**

APRENDIZADO e inovação local: Obstáculos e oportunidades da indústrias nordestina de confecções. Fortaleza: Banco do Nordeste,1999.43p.(Estudos Setoriais,2) HARARI,Daniel. A tecnologia: uma arma estratégica para a competitividade. Lectra Mag,S.1.,v.1.,p.3,2001 SEGENREICH, Solly A. O papel do CAD / CAM na indústria de confecção. Costura Perfeita, São Paulo, v.2, n.6, p.38-40, out.2000.

\* Faculdade Marista de Fortaleza.