

O USO DO *SOFTWARE CORELDRAW* COMO FERRAMENTA AUXILIAR NO DESENHO DE MODA

Adriana De Luca Sampaio Canto (1), Josiane Wanderlinde Vieira (2), Marília Matos Gonçalves (3)

⁽¹⁾Sistema Barddal de Ensino, Brasil
Faculdade Barddal de Artes Aplicadas
Correo electrónico: adrianacanto@uol.com.br

⁽²⁾Universidade federal de Santa Catarina, Brasil
Centro de Comunicação e Expressão, Departamento de Expressão Gráfica
Correo electrónico: josiane@eps.ufsc.br

⁽³⁾ Sistema Barddal de Ensino, Brasil
Faculdade Barddal de Artes Aplicadas
Correo electrónico: c2mmg@bol.com.br

RESUMO

Tal como a indústria em geral, a moda trabalha com criação e produção em escala. É importante refletir acerca de fatores como as novas tecnologias. Além disso, com o advento da internet, e a velocidade em que está avançando a tecnologia, sabemos que com a mesma velocidade em que uma informação ou até produto nos chegam, tornam-se também obsoletos. Na moda não acontece diferente. Tão rápido como nos chega uma “coleção de vestuário” torna-se “fora da moda”. Assim sendo, o desenho de moda (tanto o técnico como o artístico) têm de se adaptar a essas características. Para acompanhar esse ritmo, é necessário algo mais que as ferramentas convencionais – o computador. Já existem alguns *softwares* específicos para o desenho de moda. Estes porém, ainda têm um alto custo, o que o torna inviável aos estudantes, e pequenas empresas. Assim, esses profissionais procuram outros *softwares* que possam suprir essas necessidades. Para este artigo pretende-se apresentar o uso do *CorelDraw* como uma ferramenta auxiliar no desenho de moda, que, por ser de baixo custo e fácil aquisição, reduz o tempo, melhora a qualidade do desenho e do produto final. Além de poder ser enviado via internet a vários pontos do mundo.

Palavras clave Moda; *CorelDraw*; Desenho.

ABSTRACT

Just as the industry in general, the fashion industry works with creation and production in scale. It is important to contemplate concerning factors as the new technologies. Besides, with the coming of the internet, and the speed in that it is advancing the technology, we know that with the same speed in that an information or even product arrives us, they become also obsolete. In the fashion it doesn't happen different. As fast as it arrives us a " clothes " collection he/she becomes old. Like this being, the fashion drawing (so much the technician as the artistic) they have to adapt to those characteristics. To accompany that rhythm, it is necessary something more than the conventional tools - the computer. Some specific softwares already exist for the fashion drawing. These even so, they still are expensive, what turns it unlivable to the students, and small companies. Thus, those professionals seek other softwares that can supply those needs. For this article he/she intends to come the use of *CorelDraw* as an auxiliary tool in the fashion drawing, that, for being of low cost and easy acquisition, it reduces the time, it improves the quality of the drawing and of the final product. Besides could be sent by internet to several points of the world.

Key words: Fashion; *CorelDraw*; Draw.

1 Introdução

Na área da Moda, trabalha-se com criação e produção voltados para a indústria, é importante refletir acerca de fatores como as novas tecnologias, sobretudo a de informação e seu impacto sobre o setor vestuário.

Atualmente, um dos setores da moda que vem tomando partido das inovações tecnológicas, sobretudo é o desenho, seja ele técnico ou artístico.

Já existem *softwares* voltados para o desenho de moda, mas estes, para muitas empresas são caros. Assim sendo, há algumas tentativas de utilização de *softwares* gráficos "convencionais" no desenho de moda. Para esta pesquisa, utilizou-se o *CorelDraw*. Foi elaborada uma apostila para ensinar desenho de moda através dele.

2 Tecnologia da Informação

Está se vivendo um novo momento na revolução dos computadores. Empresas que antes possuíam lentos sistemas de comunicações e de processamento de dados, agora orgulham-se de poder aplicar de forma criativa a velocidade e a flexibilidade que as novas tecnologias lhe proporcionam no sentido de ampliar e melhorar o fluxo de informações entre seus próprios funcionários e clientes dos lugares mais distantes. O controle, seja ele do estoque, das vendas ou das próprias informações necessárias a todas as ações de uma empresa está sendo exercido de uma forma melhorada, que, por sua vez, pode modificar e facilitar a tomada de decisão. Sistemas informatizados permitem que as empresas acelerem os processos de mudança, em todos os sentidos. A tecnologia mais rápida e flexível de gerenciamento de dados a um custo mais baixo permite à empresa utilizar com maior eficácia seus recursos, alinhar setores da organização que não estejam de acordo com as novas metas e coletar dados para decisões operacionais. A revista *Howard Business Review Book* (1997) coloca que “hoje em dia, pouca coisa em tecnologia da informação ultrapassa a imaginação e qualquer coisa que possa ser imaginada, provavelmente, está sendo desenvolvida e, sem dúvida, a teremos mais cedo do que pensamos.”

Mas não é só melhorando os processos já existentes que a tecnologia da informação, composta pelos computadores pessoais, planilhas, telecomunicações e *softwares* gerenciadores de bancos de dados, está atuando. Ela está criando um novo modo onde as empresas estão reconsiderando suas necessidades e desejos de informações.

Para Tapscott (1995), a idade da informação está entrando numa segunda era e o novo paradigma de tecnologia ocorre de forma paralela às outras mudanças, que são o novo ambiente empresarial (mercado dinâmico, aberto e competitivo), a nova empresa (organização aberta, atuando em rede e fundamentada na informação) e a nova ordem geopolítica (realidade mundial aberta, volátil e multipolar).

Muita coisa evoluiu desde que a primeira comunicação entre computadores foi feita em 1969. Na última década as empresas se viram diante da evolução acelerada dos computadores pessoais que passaram a operar nos sistemas em rede, acabando com os sistemas isolados de tecnologia dentro da empresa, os quais tornavam muitas vezes a comunicação interna um tanto inviável; do grande desenvolvimento de *softwares*, que passaram do sistema proprietário para o sistema aberto, onde poderiam existir vários fornecedores; dos sistemas multimídia, que permitem a união de dados, texto, voz e imagem; além de outras mudanças tecnológicas que não poderiam acontecer sozinhas, necessitando de alterações na própria estrutura da empresa para que pudessem se consolidar.

Diante disso, percebe-se o quanto a estrutura das organizações tem se modificado em virtude destas inovações. O mercado globalizado necessita ter os olhos voltados para o futuro, ultrapassar as barreiras dos treinamentos convencionais e exercitar a

criatividade e a capacidade de pensar das equipes de trabalho. Democratização e atualização, são as palavras do momento.

E aí também se inclui o setor do vestuário, com suas novas tecnologias. Peter Drucker (1999), trata de empresa e informações como conceito e ferramentas, que são mutuamente interdependentes e interativos, ou seja, um altera o outro. Segundo Drucker o conhecimento profundo das informações internas e externas é de suma importância para as empresas; e enfatiza que é fora da empresa que estão os resultados, oportunidades e ameaças, é fundamental saber aproveitar estas informações para tomar suas decisões, principalmente as estratégicas. Papel este destinado ao gerente de produto, estrategista ou “*management*” como são chamados nas grandes empresas. São eles que precisam ter uma visão geral de tudo que acontece dentro e fora da empresa, acompanhar o produto do projeto aos pontos de venda e ter domínio e *feeling* para tomar as decisões.

3 Desenho de Moda

Se comparada às outras profissões, a história do desenhista de moda é relativamente recente.

A primeira “estilista, desenhista”, conforme Gilda Chataignier (1996), foi Rose Bertin, responsável pela criação e execução do guarda roupa da Imperatriz Maria Eugênia, na França do séc. XIX. Além de desenhar, Madame Bertin executava seus modelos em escala reduzida, para posteriormente apresentá-la à Imperatriz. Mais tarde Frederich Worth, o inglês fundador da Alta Costura, consolidou o desenho como linguagem fundamental do criador de moda. Com inúmeras dificuldades de desenho, Worth mandava imprimir em litografia, pranchas com o desenho base de rosto, mãos e pés.

Paris vem formando profissionais da moda há 150 anos, mas no Brasil esta formação iniciou na década de 80, e firmou-se na década 90, com a abertura de cursos de nível superior. Do início ao fim, o aluno do curso de moda passa por um longo período de aprendizado, até definir seu estilo pessoal.

O estilo não é um processo isolado e sim o resultado de um trabalho que foi evoluindo de acordo com as influências de ordem acadêmica, cultural, social e econômica, inseridas num contexto. Para o bom aproveitamento é necessário explorar bem as disciplinas básicas como: desenho de observação, desenho de anatomia, metodologia visual e técnicas de representação gráfica. As figuras 1 e 2, apresentam alguns desenho de moda (desenho e estilista e desenho técnico de moda).



Figura 1: Desenho de Moda (Emílio Pucci).
Fonte: QUEIROZ, 1998.

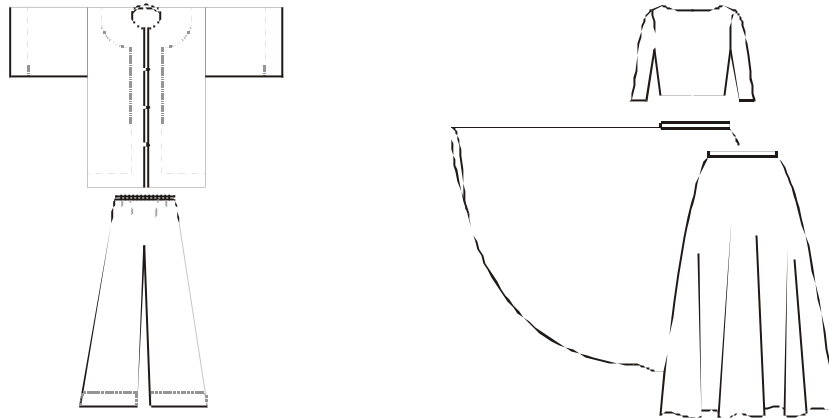


Figura 2: Desenho técnico de moda feito no *CorelDraw*.

O trabalho do estilista ou designer consiste em criar. Para tanto é necessário uma árdua pesquisa: Viagens, leituras, feiras de moda, sites, museus, filmes, músicas, revistas, pesquisas de rua, análises de tendências, fenômenos sócio-culturais, mercadológicos e tecnológicos. Sempre procurando atender empresa e consumidor

4 CorelDraw

A *Corel Corporation* está fundamentada em sua capacidade de oferecer uma tecnologia de ponta para as áreas de trabalho de usuários de computadores em todo o mundo. Desde o início, como pioneira no setor de programas gráficos, até suas atuais inovações em *softwares* comerciais e para a Internet, a *Corel* vem desenvolvendo produtos que atendem às necessidades crescentes dos clientes.

Desde sua fundação, em 1985, pelo Dr. Michael Cowpland, a *Corel* vem desenvolvendo produtos conhecidos por sua qualidade que apontam para as tendências emergentes na indústria de software.

Em 1992, para coincidir com o lançamento do *Windows 3.0*, a *Corel* apresentou o primeiro conjunto de aplicativos gráficos. Como uma solução integral e de preço competitivo, o *CorelDraw™ 3* conferiu à empresa uma posição de líder mundial em software gráfico. Em 1995, o *CorelDraw 6* foi lançado simultaneamente ao *Windows 95*, sendo o primeiro e principal aplicativo de 32 bits disponível para o novo sistema operacional. Outro marco em sua história de desenvolvimento de produtos foi alcançado em 1996, com o lançamento do primeiro conjunto de aplicativos gráficos para o usuário de Macintosh — o *CorelDraw 6 Suite* para *Power Macintosh*. Em seguida, foram lançadas outras versões. Mais recentemente, foi lançado o *CorelDraw 10*.

Em 1996, a *Corel* ampliou seu enfoque ao adquirir a família de aplicativos comerciais *WordPerfect*. A empresa reestruturou cautelosamente esse *software* de classe mundial, transformando-o em uma linha de mercado líder de eficazes conjuntos de aplicativos de produtividade.

Com os anos, a *Corel* desenvolveu uma linha de produtos, que inclui aplicativos comerciais e gráficos para profissionais e consumidores. Enfocando o alvo de sua tecnologia para oferecer aos consumidores valor, compatibilidade e opção, a *Corel* se tornou líder no mercado de aplicativos de produtividade.

O *CorelDraw* é um programa que trabalha com imagens vetoriais. Estas imagens são desenhos definidos matematicamente interligados por vários pontos unidos por linhas. Por esse motivo é que se pode alterar o tamanho e o formato de um objeto vetorial sem perder definições. Ao se alterar o formato de um objeto vetorial, ele é recalculado matematicamente para o novo formato e com isso não há perda na qualidade final. Esse tipo de desenho é ideal para trabalhos de ilustrações e modelagem em 3D, onde o processo de *lay-out* exige constante mudanças. A figura 3 apresenta a área de trabalho do *CorelDraw*.

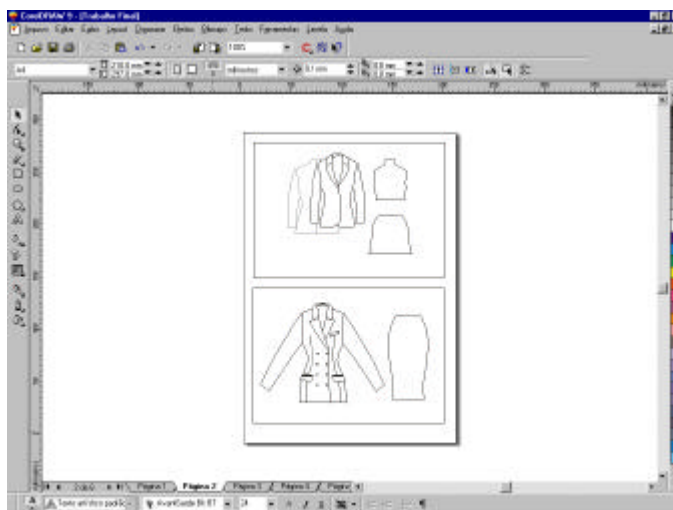


Figura 3: Área de trabalho do *CorelDraw*.

Assim sendo, foi elaborado, uma apostila onde se ensina os passos iniciais do desenho de moda realizados no *CorelDraw*.

5 Considerações finais

Com o advento da Internet e a velocidade em que está avançando a tecnologia, é importante estar sempre atento às inovações mundiais em todas as áreas e, quando refere-se ao competitivo mercado de trabalho é fundamental estar à frente destas informações, pois com a mesma rapidez que chegam, tornam-se obsoletas. A principal vantagem desta nova era é o fato de que pode-se reproduzir, sem limites de cópias - as criações, sejam textos, imagens ou desenhos e ainda enviar via Internet ao mundo todo em questão de segundos.

No decorrer deste trabalho observou-se que a área da Moda também está acompanhando este novo mundo globalizado e um dos setores da moda que vem tomando partido das inovações tecnológicas, sobretudo é o desenho, seja ele técnico ou artístico. Para acompanhar este ritmo é necessário algo mais além das ferramentas convencionais como caneta, lápis e pincel; o computador.

Constatou-se que já existem alguns *softwares* específicos para a Moda, mas são programas de alto custo, o que torna inviável aos estudantes, aos pequenos profissionais e empresas de pequeno e médio porte. Portanto os profissionais desta área estão procurando outros programas que possam ser adaptados para os Desenho de Moda e Desenho Técnico, são eles; programa de tratamento de imagens *Photoshop*, usado também no setor têxtil e o *Coreldraw* programa de sistema vetorizado que vêm sendo utilizado para o Desenho Técnico de Moda.

Por ser um programa de baixo custo e fácil aquisição tanto para usuários domésticos como para empresas, o *Corel* torna-se uma ferramenta que reduz tempo, melhora a qualidade do desenho e por consequência do produto final.

É importante ressaltar que para se fazer bons trabalhos não basta ter acesso e dominar todas as ferramentas do *software*, é necessário que o usuário tenha habilidades para o desenho, ou alguém para instruí-lo; estilista ou um especialista no assunto. Para o bom aproveitamento, é necessário explorar bem a base do aprendizado; desenho de observação, desenho de anatomia, metodologia visual e técnicas de representação gráfica.

Constata-se então, a importância da capacitação profissional nesta área para tornar o trabalho mais ágil, sem a perda de qualidade e com aproveitamento de tempo para pesquisa, criação e desenvolvimento do produto.

Referencias

CHATAIGNIER, Gilda. *Todos os Caminhos da Moda: Guia Prático de Estilismo e Tecnologia*. Rio de Janeiro: Rocco, 1996.

Howard Business Review Book. *Revolução em Tempo Real: gerenciando a tecnologia de informação*. Rio de Janeiro: Campus, 1997.

QUEIROZ, Fernanda Nechar de. *Coleção: O mundo da moda*. São Paulo: SENAI CETVEST, 1998. Volumes 1, 2 e 4.

TAPSCOTT, Don & CASTON, Art. *Mudança de Paradigma*. São Paulo: Makron Books, 1995.