



cemique design

www.cemiquedesign.com.br

Entrevista

Stefan Sagmeister

O Johnny Depp do Design Contemporâneo

E Mais:

A Era das
Embalagens
Sustentáveis



CONHEÇA O BRASILEIRO

TIAGO HOISEL

FORMADO NA UNIVERSIDADE DO ESTADO DA BAHIA (UNEB)

Hoisel encanta com seus trabalhos em estilos cartoons e caricaturas





PROJETO

ARTES E DESIGN

2012

O evento do SENAI Artes Gráficas que
vai levar mais arte ao seu dia-a-dia.

Sábados de celular.

INSCRIÇÕES 0800 0231 231



SENAI



Afinal, o que é design?

Todo dia é dia de design

Todos os dias
quando o design toca,
você levanta da sua design,
calça um design
e vai ler o design do dia.
Senta no design da cozinha
enquanto o pão esquenta no design.
Toma um design de leite
veste um design correndo
e sai atrasado para pegar um design na esquina.
Pela design você vê
design para todos os lados:
o design de uma peça de teatro,
o design que pára a seu lado
quando o design fecha
e também o design que o guarda sopra
quando o design abre.
Entra no escritório pisando forte,
fazendo barulho com seu design novo e antes de ligar o seu
design de última geração,
senta na sua design acolchoada,
pega esta design,
e fica mais confuso ainda...
Autor: Guto Lins

Grupo
Anderson de Almeida Rosa B089HH7
Andrea Lazara da Silva A81FJH8
Camila Soares B00IDH5
Celso Luiz da Silva Cunha B1089F-6
Rodolfo Lirango B100FG8
Tatiane Caires A788GI-0



- 4 TALENTOS DA ILUSTRAÇÃO
- 5 Caminhos da ilustração
- 6 EMBALAGEM SUSTENTÁVEL
- 7 A embalagem sustenta
- 8 DESIGN GRÁFICO
O que é design? O que faz um designer?
- 9 DICAS
Como vencer o bloqueio criativo?
- 10 ENTREVISTA
- 11 Stefan Sagmeister
- 12 O Johnny Depp do Design Contemporâneo
- 13 INOVAÇÃO
RGB - Maneiras de ver uma imagem
- 14 CRYSTAL ECO
A Garrafa que pode ser torcida
- 15 MUNDO 3D
Novidades das Novas Versões do 3D Max e 3D Max Design



EXISTEM TANTOS TALENTOS NO CAMINHO DA ILUSTRAÇÃO

Hoje a ilustração é indispensável para as mídias publicitárias. Apesar de ser uma área um pouco fraca no Brasil, já existem tantos talentos no caminho, que as agências não estão tendo do que reclamar com os grandes profissionais que temos. E os novatos não estão ficando pra trás, estão vindo com tudo. Como por exemplo, o Alexandre Mauro.

Nascido em Campinas, no interior de São Paulo, Desde crianças, já mostrava seu talento com desenhos. Estudou Desenho Industrial no Mackenzie, em São Paulo; E Design Gráfico em Milão, na Itália. Seus trabalhos foram reconhecidos, quando começou a trabalhar para a marca Benedita Augusta, onde criava estampas.



Um dos jovens talentos, que também vem se mostrando que entende muito (e muito bem) do assunto, é o Herryson Batista, mais conhecido como o Snoo. Ele se formou em Design de Interfaces na Fac Brasília (que hoje faz parte da Fortium). Hoje, estuda

Computação Gráfica na escola Saga, no intuito de entrar na área de jogos e animações.



Por: Herryson Batista





Um grande talento, que vem sendo admirado pelos seus trabalhos que vem sendo usado muito como referencia é o brasileiro Tiago Hoisel. De São Paulo e formado na Universidade do Estado da Bahia (UNEB), Hoisel encanta com seus trabalhos em estilos cartoons e caricaturas.

Um ilustrador, que está sendo conhecido por suas artes, algumas eróticas e cheias de personalidades é o Pedro Henrique (conhecido pelo meio digital de Lambuja). Sua arte preza o hiper-realismo com grande estilo.

E o ilustrador que não poderia deixar de citar, é o israelense Denis Zilber. Variando no estilo de pintura, Zilber encanta com suas caricaturas e cartoons.



WWW.CEMIQUEDDESIGN.COM.BR



imagens: <http://tiagohoisel.blogspot.com.br/>

EMBALAGEM SUSTENTÁVEL

A EMBALAGEM SUSTENTA!

Uma das consultas mais regulares que recebo no Instituto de Embalagens é se esta ou aquela embalagem é sustentável ou se a "A" é mais sustentável do que a "B". Como se tal resposta pudesse ser dada sem uma ampla e completa análise.

A questão é legítima, mas não deveria ser a mais importante. Perguntaria antes se a embalagem escolhida cumpre o seu mais importante papel: Ela protege o produto? Está bem dimensionada? Comunica para que serve o produto? É higiênica e segura para o transporte e manuseio? Está rotulada corretamente (do ponto de vista ambiental)? Orienta o descarte de maneira adequada? Há que se integrar ao desenvolvimento da embalagem (ou antes, quando definimos o produto), a questão da sustentabilidade, prevenindo ou minimizando os impactos. É importante pensar a questão desde a concepção até o descarte responsável (aliás não foi por acaso que escolhemos este título para nosso Guia de Embalagens). Desde que começamos a migrar das áreas rurais para as urbanas não houve nenhum advento tão importante quanto a

embalagem. Ela efetivamente sustenta nosso estilo e padrão de vida. Como poderíamos manter nossos hábitos sem ela? Viver sem a comodidade de ter produtos do mundo inteiro, frutas de qualquer estação o ano todo, produtos vegetais ou elaborados, pratos prontos ou semiprontos ou os adereços para nossas refeições? Sem falar nas bebidas. Imaginem o que faríamos sem nosso leite de todo dia? E os produtos de limpeza e pessoais. Quem sustentaria tanto por tão pouco? E nossos luxos, como nosso batom de cada dia...

Se considerarmos a dimensão social, a embalagem é uma ferramenta importante para a redução de desperdícios, principalmente, quanto mais próximo da fonte (origem) estivermos para embalar eficientemente o produto. Por meio das embalagens, nós podemos viabilizar a distribuição de produtos a todas as camadas sociais, ganhando escala econômica. Podemos preservar qualquer produto. Até para catástrofes, há embalagens especiais, como a de água e a de alimentos secos.

A embalagem tem um valor muito maior do que o preço que custa e da proteção que promove. O valor do produto embalado é infinitamente mais importante do que o que investimos na sua proteção. Precisamos começar a empreender uma campanha que deveria começar pelas próprias embalagens, esclarecendo que elas representam um grande bem e não um "mal necessário". Evitando o "Greenwashing", ou seja, não usarmos termos ou frases vagas, que nada esclarecem e



ainda confundem o consumidor: informações meramente comerciais e sem qualquer base científica e irrelevantes; selos ou ícones falsos que passam a idéia de um produto sério e, na verdade, apenas contribuem para desmoralizarem as informações corretas. Devemos seguir a auto declaração para a rotulagem ambiental adequada nas nossas embalagens. Uma tarefa simples que demonstra a seriedade com que a empresa opta por suas embalagens e como comunica isso aos seus consumidores.

A recente Política Nacional dos Resíduos Sólidos (PNRS) será mais uma grande oportunidade



Fonte: <http://asboasnova.com>



Fonte: www.embalagensustentavel.com.br



Fonte: <http://pautas.incorporativas.com.br>

de mostrar o valor das embalagens. Elas podem e devem deixar de serem vistas como um problema para se tornarem parte da solução. Imaginem quantas empresas e empregos serão criados. Quantas pessoas, hoje marginalizadas, passam a ter a atividade reconhecida e entrarão para a formalidade?

A solução não será única. Nem há uma única regra a ser seguida e nem sempre o melhor é a reciclagem mecânica ou a energética ou a bio degradação. A cada caso, num determinado momento e local haverá uma saída melhor. Existe necessidade de uma avaliação completa de análise de ciclo de vida que é sempre temporal e local.

Claro que se a embalagem que nos sustenta puder também ser sustentável, tanto melhor. E pode. É mais

simples do que parece. Precisamos investir no desenvolvimento correto da embalagem e pensar na sustentabilidade desde a concepção. Isto até estimula a inovação. Eis um belo desafio! Se quiser saber mais, consulte nosso livro: "Embalagens: Design, materiais, processos e máquinas", lá há roteiros sobre embalagens sustentáveis, além de conhecimento sobre os materiais, os processos, eco-design e máquinas. Conhecimento é sempre o melhor começo!

Sucesso!

* Assunta Napolitano Camilo
é diretora do Instituto de
Embalagens e da Consultoria de
Embalagens Future Pack



Embalagem sustentável da Lee – pode ser usada como jogo de tabuleiro, porta-lápis ou quadro de avisos..
Fonte: <http://contafo.com.br>



Fonte: www.manutencaoesuprimentos.com.br

O que é Design Gráfico?

"Design Gráfico não é só um belo desenho. Design Gráfico é um belo desenho, com um sentido e uma tarefa a cumprir."

O Design Gráfico é um processo técnico e criativo que utiliza imagens e textos para comunicar mensagens, idéias e conceitos. Batizado e amadurecido no século 20, é hoje a atividade projetual mais disseminada no planeta. Com objetivos comerciais ou de fundo social, o Design Gráfico é utilizado para informar, identificar, sinalizar, organizar, estimular, persuadir e entreter, resultando na melhoria da qualidade de vida das pessoas.

O trabalho dos Designer Gráfico está inserido no cotidiano da sociedade através de marcas, logotipos, símbolos, embalagens, livros, jornais, revistas, posters, folhetos, catálogos, folders, placas e sistemas de sinalização, camisetas, aberturas e vinhetas de cinema e televisão, web sites, softwares, jogos, sistemas de identidade visual de empresas, produtos e eventos, exposições, anúncios etc.

Um designer gráfico é, convenientemente, um conhecedor e utilizador das mais variadas técnicas e ferramentas de desenho, mas não só. O Designer Gráfico tem como principal moeda de troca a habilidade para aliar a sua capacidade técnica à crítica e ao repertório conceitual, sendo fornecedor de matéria-prima intelectual, baseada numa cultura visual, social e psicológica. Não é apenas um mero executante, mas sim um condutor criativo que tem em vista um objetivo comunicacional.

O estudo do design gráfico sempre esteve ligado à outras áreas do conhecimento como a psicologia, teoria da arte, comunicação, ciência da cognição, entre muitas outras. No entanto o design gráfico possui um conhecimento próprio que se desenvolveu através da sua história, mas tem se tornado mais evidente nos últimos anos. Algo que pode ser percebido pela criação de cursos de doutorado e mestrado, específicos sobre design, no Brasil e no resto do mundo.

O que um Designer Gráfico faz?



<http://blog.maestudo.com.br/profissao-design-grafico/>

Primeiramente, ele estuda e conhece questões relacionadas à profissão, como cores, tipografia, produção gráfica, meios de comunicação, marketing, semiótica, ergonomia, entre outras tantas necessárias. Depois ele continua estudando, lendo, navegando, conhecendo e se atualizando, tanto técnica como culturalmente. Com isso, ele pode estudar cada caso, analisar e vivenciar a situação do cliente, ponderar todas as variáveis, a fim de encontrar a melhor solução, de forma harmônica, viável e que traga resultados. Como nos dias de hoje, o acesso a programas gráficos está facilitado, qualquer pessoa mesmo não capacitada, diz ser Designer Gráfico, o que

não é verdade. Haverá sempre a pergunta "Quem realmente faz Design Gráfico?", para isso segue um texto de uma grande designer : *"Nem tudo que está impresso é design. Design tem que ter projeto que respeita uma estrutura do começo ao fim. O simples preenchimento de páginas com imagem e letras não é fazer design gráfico."* **Emilie Chamie**

Como vencer o bloqueio criativo?

Acho que não tem algo pior para qualquer Design que o Bloqueio Criativo. Ele pode chegar em qualquer momento, pode durar um tempo indefinido, e pode te trazer muitos atrasos nos projetos em andamento.

Não existem regras e nem um método correto para ter criatividade. A inspiração não é algo que possamos ligar e desligar quando precisamos. Mas nem sempre temos a melhor ideia, ou talvez nenhuma dela. Acho que não tem algo pior para qualquer Design que o Bloqueio Criativo. Ele pode chegar em qualquer momento, pode durar um tempo indefinido, e pode te trazer muitos atrasos nos projetos em andamento.

Para quem trabalha com criação, sabe que não tem como trabalhar no automático o tempo todo. Mas nem sempre todos os diretores e nem mesmo os clientes são capazes de entender ou aceitar o Bloqueio Criativo. Nesta matéria cito 9 dicas que eu criei para ajudar a Vencer o Bloqueio Criativo, e abrir a mente para ideias brilhantes. Lembrando que, não existe fórmula certa para a inspiração, siga as dicas para aprender elevar a sua criatividade. Mais não siga a risca nenhum delas.

Alegre o seu Ambiente de Trabalho. O local de trabalho de um criativo nunca pode ser nada parecido com uma clínica. Nada de cores únicas, abuse nas cores. Dê vida ao seu Ambiente de Trabalho, assim a inspiração vai estar por toda parte.

Anote Tudo

Papel e Lápis é um acessório que deve estar sempre a mão. Além de rabiscar as ideias, não se esqueça de anotar tudo o que vier em sua mente. Num processo de criação, qualquer detalhe vai fazer toda a diferença, e você pode ter ela a qualquer momento. Anote tudo em linhas separadas e depois tente juntar tudo, a grande ideia pode estar na junção das pequenas.

Não Siga Regras

A criatividade, assim como tudo na vida, não tem

regra e nem mapa para ser seguido. Nunca tente recriar algo que deu certo uma vez. E nem tanto, refazer todo o processo já feito para chegar em um ótimo resultado. Inove e ignore passos dados no passado.

Mude a Rotina

Vá a lugares diferentes, rabisque um projeto num bar, restaurante, parque ou metro. Novas ideias podem estar em qualquer lugar, se permita encontrá-las. Conheça novos tipos de artes e culturas. Assim ficará mais fácil encontrar fontes de inspiração inusitadas.

Termine Tudo o que Começou

Nenhuma ideia pode ser considerada ruim. Algumas são excelentes, outras simples, porém agradáveis. Então nunca desista de um processo criativo pela metade, de qualquer forma ele já faz parte do projeto.

Consulte Outras Áreas

Pesquise e tente tirar o melhor que puder de projetos de áreas diferentes da sua. Fotografia, moda, cinema, decoração, entre outros. A inspiração que você procura, pode estar em qualquer lugar.

Mude de Ponto de Vista

Se nada está dando certo, tente olhar de uma maneira diferente. Mude o ângulo, olhe de cabeça para baixo ou até mesmo recortados e misturados.

Relaxe

Ninguém é um poço de criatividade, após trabalhar em muitos projetos seguidos de uma pausa. Pare e dedique um tempo a você.

Faça no Dia Seguinte

Separe as ideias boas das ruins. Para isso, não tente resolver tudo no mesmo dia. Quando o projeto começar dar um engasgada pare. Vá passear ou dormir e volte o projeto no dia seguinte.

* Adriana Scarabelli



<http://www.oficinanet.com.br>

Stefan Sagmeister

O Johnny Depp do Design Contemporâneo - (Por Eduardo Graça, de Nova York)

A primeira reação ao se entrar no estúdio de Stefan Sagmeister, localizado em uma cobertura no Chelsea, é a de que um dos mais importantes designers gráficos do planeta cultua os contrastes como poucos. No primeiro andar, entre uma cozinha-bar e um banheiro, funciona o estúdio de fato. O segundo, a sala de reuniões onde esta entrevista aconteceu, é dominado pelo chandelier pop que Rody Graumans criou para a Droog em 1993. Sagmeister conta que o que chamou sua atenção foi o uso de elementos básicos (fios e muitas, muitas lâmpadas, destas que se compram na lojinha da esquina) para criar um efeito único. O terceiro andar é um paredão aberto ao céu de Nova Iorque, com o Empire State Building ao alcance do nariz. Daqui de cima pode-se até ver a fila de formiguinhas que vai se formando na entrada de um dos pontos turísticos mais populares da cidade.

O designer, que nasceu em Bregenz, na Áustria, e conversa em inglês com um sotaque igualmente forte e gracioso, sabe que o alto design pode ser encontrado no mais ordinário dos meios. Em seu mais recente livro – *Things I Have Learned In My Life So Far* (algo como *Coisas Que Aprendi Em Minha Vida Até Agora*, editado pela Abrams, a US\$ 40) – ele utiliza papel higiênico, chocolate, fita adesiva, cachorro-quente, entre muitos outros meios nada convencionais, para apresentar mensagens de afirmação. Talvez a mais impactante seja a do macaco inflável, gigantesco, em que se precisa virar a página (ou, na exposição que ele apresentou no começo do ano na Deitch Projects, em Nova Iorque, dar a volta em torno da instalação) para apreender toda a mensagem: “Todos sempre pensam...”, começa, para terminar: “...que estão certos o tempo inteiro”.

Com uma suéter azul-clara, calça de pano azul-escuro e um moderno tênis azul-marinho, Sagmeister parece mais novo do que seus 45 anos. E do alto de seus 1,95m, acha graça dos sete anos que demorou para finalizar *Things I Have Learned In My Life So Far*. Também sorri da comparação feita recentemente por Paola Antonelli, curadora-sênior de Arquitetura e Design do Museu de Arte Moderna de Nova Iorque (MoMA), que o batizou de o ‘Johnny Depp do design contemporâneo’. Surpreendente, radical, independente, quase ingênuo, quicá brutal, o designer conta em entrevista exclusiva à Florense por que deixou de lado seu icônico trabalho com os gigantes nomes da música pop norte-americana (vide Lou Reed emergindo do nada em *Set the Twilight*, de 1996, o boneco G-I-Joe de David Byrne na capa de *Feelings*, e o leão assírio de *Bridges to Babylon*, dos Rolling Stones, ambos de 1997) a fim de explorar outros campos oferecidos pelo maravilhoso mundo do desenho gráfico contemporâneo: projetos sociais, científicos e pessoais. O fundamental, garante, é saber que ‘o tempo em que vivemos é o mais interessante e gratificante para as artes gráficas’.

“Não Há Melhor Momento Para Se Tornar um Desenhista Gráfico Do Que Este Em Que Vivemos”

- Depois de um ano sabático, você voltou a Nova Iorque, virou seu estúdio de pernas para o ar, lançou um livro que é a sensação do desenho gráfico no Hemisfério Norte e uma exposição que se transformou em um dos sites mais visitados do seu meio. Você aconselharia um período de descanso para um bom profissional se reinventar com sucesso?

- Pode-se ter uma idéia do que almejo fazer com meu trabalho olhando para o exemplar da Florense que você acaba de me dar. Aqui estão dois de meus maiores ídolos, Milton Glaser e Oscar Niemeyer, que têm uma inequívoca capacidade de reinvenção. No meu caso, o ano sabático, claro, funcionou muito bem para mim. Mas não posso, de fato, afirmar que esta é a melhor maneira de se preparar para uma nova etapa criativa. Tenho uma enorme dificuldade em ouvir conselhos, então não vou fazer o mesmo. Agora, a maioria dos designers que respeito criaram suas próprias maneiras de recarregar as baterias. Glaser, por exemplo, não trabalha às sextas-feiras, Massimo Vignelli sai mais cedo todos os dias, fecha o estúdio às três ou quatro da tarde. No meu caso, o peso do trabalho contínuo foi sentido, assim como acontece de forma geral com acadêmicos. Precisava recarregar as baterias. Cheguei em NY em 1993, decidi descansar sete anos depois, em 2000.

- O livro surgiu deste ano de descanso?

- Um pouco do que viria a se tornar o livro surgiu de fato naquele ano, mas de forma alguma a motivação da parada foi publicar algo. Ed Fella, um designer que admiro muito, professor da Califórnia Institute of Arts (Calarts), veio ocupar o estúdio na mesma época, começou a fazer sketch books muito interessantes, se dedicando exclusivamente a estes experimentos. Pensei que seria interessante fazer algo parecido justamente no momento em que eu chegava à maturidade de minha carreira. Ou p e n s a v a .
minha real
para o ano

assim eu
Mas Ed foi
inspiração
sabático.





*“Não Há Melhor Momento Para Se Tornar um
Desenhista Gráfico Do Que Este Em Que Vivemos”*

Fonte: <http://edudobrooklyn.blogspot.com.br>

CEMIQUE ENTREVISTA

- Você chegou a pensar em deixar o design gráfico de lado, não é?

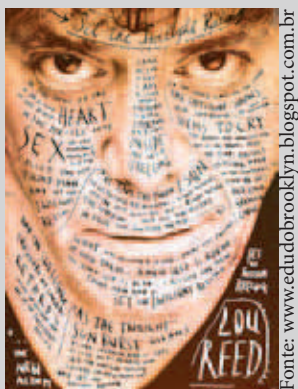
- Na verdade, durante aquele ano, inicialmente, pensei que iria me tornar diretor de cinema. Cheguei a trabalhar bem a idéia na minha cabeça, mas abandonei este plano completamente depois de quatro semanas de muitas maquinações. Cheguei à conclusão de que precisaria de pelo menos dez anos para aprender uma linguagem nova como a do cinema. O tempo até que me animava, sabia? O que me amedrontou mesmo foi pensar que investiria uma década no aprendizado de uma nova linguagem para depois descobrir que possivelmente não teria nada a dizer de uma forma cinematográfica! Mas será que ainda havia algo diferente a dizer na linguagem que eu conheço? Na minha linguagem? No desenho gráfico? Talvez, mas queria fazer algo que não tivesse nada a ver com promoção e/ou música, vendas. Se você olhar para os principais estúdios de design de Nova Iorque, eles certamente estão hoje centrados na parte corporativa, mais comercial. Não queria isso. Comecei a pensar então nas muitas outras fronteiras que o design pode atingir...



Fonte: www.edudobrooklyn.blogspot.com.br

- E você decidiu abandonar de vez justamente uma das características mais fortes da marca Sagmeister: sua fantástica produção de imagens voltadas para a música pop.

- É verdade. Estamos oficialmente fora da esfera da indústria musical. Esta foi uma das primeiras decisões depois do ano sabático. É que a música popular não tem mais a importância que teve em minha vida. Acho que hoje até temos acesso a mais música, de mais gêneros, de mais culturas, mas a maneira como a consumimos e como a encaramos é completamente diferente da dos anos 60 e 70, por exemplo. Quando tinha 17 anos, no fim dos anos 70, minha coleção de discos definia quem eu era. Não é o caso hoje para um jovem adolescente. Veja bem, não sou um nostálgico, de forma alguma. Há uma série de aspectos interessantes que o design pode ter um efeito direto e é para estes nichos que o estúdio está se focando, incluindo, com destaque, ciência e a arena social.



Fonte: www.edudobrooklyn.blogspot.com.br

Você poderia me dar alguns exemplos práticos desta guinada do estúdio?

- Temos aqui, por exemplo, um projeto de uma revista científica mais popular, voltada para jovens não necessariamente nerds, também estamos trabalhando ativamente na comunicação de um grupo que propõe uma modificação na legislação norte-americana para limitar os gastos militares no orçamento, obrigando certa porcentagem a ser direcionada para os gastos sociais. E mantemos projetos na Palestina, mais educacional, com o grupo OneVoice, voltado para as negociações de paz entre Israel e a Autoridade Palestina, e no Panamá, ligado à preservação da floresta tropical. Acho importante frisar que fiz esta transição logo antes da explosão do MP3, o que foi ao mesmo tempo providencial – hoje, em 2008, não sei de nenhum estúdio de design que tenha seu foco principal na indústria musical – e extremamente pessoal, no sentido de que foi uma decisão tomada por mim e não por uma imposição da indústria.

- Então é mesmo impossível imaginar hoje um estúdio de design gráfico repetindo sua experiência de se concentrar no universo musical...

- É impossível, especialmente por conta da desimportância atual do packaging musical. Mas, de novo, nada de nostalgia! Quem se tornou um designer nos anos 80 por conta das capas de disco, hoje se torna um profissional do ramo por conta dos vídeo games, ou dos telefones celulares. Aliás, se você olhar para a história da música com atenção, vai perceber que ela jamais precisou de qualquer aspecto visual. É possível que a tentativa de se criar um código visual para a música tenha acontecido entre os anos 40 e nossa década que agora vai ser lembrado como um período histórico.

"Experimente, Tente, Ouse, Faça Coisas em Todas as Direções"

- Isso me faz lembrar de uma de suas frases mais famosas, a de que o que você almeja fazer é criar design para não-designers. É isso mesmo?

- Sim, e, para o designer com esta ambição, não existe tempo melhor do que o que vivemos hoje. Há um interesse brutal por design de pessoas claramente fora do mundo do desenho gráfico. De uma certa maneira, design é mais acessível do que arte contemporânea, é mais próximo do dia-a-dia do cidadão comum. Senti isso em nossa exposição aqui no SoHo. Recentemente, também, o MoMA abriu uma exposição dedicada à relação entre a ciência e o design, extremamente sofisticada, e teve casa cheia todos os dias. Então, temos de aproveitar e deixar de lado a tentação de fazer design para nós mesmos, os criadores, o que pode até ser interessante aqui e acolá, mas é tão insular. Eu definitivamente decidi me tornar um designer porque gosto de falar com muitas pessoas ao mesmo tempo, de criar em meio à confusão, sabe? Talvez por isso os profissionais que admiro mais no mundo do desenho sejam justamente os que conseguem atingir uma audiência imensa, como Matt Groening e seus Simpsons.

- Você já disse aqui que não gosta de dar conselhos, mas teria uma mensagem para os estudantes de design no Brasil que vierem a ler a Florense?

- Experimente, tente, ouse, faça coisas em todas as direções. De novo, lembre-se que este é o tempo perfeito para se tornar um designer.

RGB

Diferentes maneiras de ver uma imagem

Francesco Rugi e Silvia Quintanilla, donos do estúdio de design Carnovsky, criaram um técnica impressionante para decorar ambientes.

A prática consiste em preencher uma parede com três camadas de papel e é baseada no sistema de cores RGB. Cada camada é uma imagem feita em uma das três cores primárias: vermelho, verde e azul.

Quando sobrepostas, elas produzem as secundárias criando um colorido vivo fantástico e uma mistura de formas e figuras impressionantes que lembram a estética de caleidoscópio com diferentes contextos.

O sucesso foi tal que eles expandiram a técnica para estampas e echarpes. Achei simplesmente lindo!

por Isadora Perry Clark



www.revistadesign.com.br/2012/05/11/diferentes-manieras-de-ver-uma-imagem/

ÁGUA CRYSTAL COM GARRAFA QUE PODE SER TORCIDA

dratação da Coca-Cola Brasil.

A Coca-Cola Brasil lança a nova garrafa Crystal Eco de água mineral sem gás, de 500 ml, que adota uma série de diferenças em relação às demais garrafas do gênero. A embalagem utiliza a tecnologia PlantBottle, que usa 20% menos PET que as versões anteriores e até 30% do PET feito a partir da cana de açúcar. A garrafa também pode ser torcida para diminuir em até 37% o seu volume. Além disso, A Crystal Eco tem uma tampinha menor, com 0,8 gramas a menos de polipropileno (um tipo de plástico) que as anteriores, já utilizada em outras bebidas da marca.

Além de mais leve (de 15,6 gramas para as atuais 12 gramas), a superfície da nova garrafa tem alguns sulcos que facilitam a torção da embalagem por parte do consumidor. A inovação demandou um ano de adaptação das máquinas e mais de 10 milhões de reais em investimento, segundo a empresa.

“Hoje, o problema da reciclagem é o espaço que o lixo exige. Muitas pessoas precisam carregar seu lixo reciclável até os pontos de coleta em sacolas enormes. As garrafas menores estimularão a reciclagem por parte do consumidor”, explica o diretor de marketing da Coca-Cola FEMSA do Brasil, Rodrigo Campos.

“Crystal quer convidar o consumidor a participar de ações que ajudem a aumentar reciclagem no País. Fizemos nossa parte, criando uma garrafa moderna, revolucionária e sustentável. Agora é a vez do consumidor, que ao torcer a garrafa após o consumo, diminui em 37% o volume que ela ocupa, o que facilita bastante o transporte e a reciclagem. O Brasil já é um campeão de reciclagem, mas nossas metas são ainda mais ousadas e queremos que o consumidor esteja ao nosso lado nessa jornada”, complementa Aliucha Ramos, diretora de Marketing da categoria de Hi-

A expectativa é de que em três anos, 100% das garrafas de água sem gás da marca devam seguir o padrão da nova embalagem. A estimativa é que cerca de 90 milhões de garrafas nos novos moldes saiam da fábrica da FEMSA de Mogi das Cruzes em 2012.

Sistema Coca-Cola Brasil

O Sistema Coca-Cola Brasil atua em sete segmentos do setor de bebidas não-alcoólicas - águas, chás, refrigerantes, sucos, energéticos, isotônicos e lácteos, com uma linha de mais de 150 produtos, entre sabores regulares e versões de baixa caloria. Formado pela Coca-Cola Brasil e 15 grupos fabricantes brasileiros, além do Sistema de Alimentos e Bebidas do Brasil (SABB), emprega diretamente mais de 53 mil funcionários, gerando indiretamente cerca de 500 mil empregos.

Os investimentos do Sistema no Brasil somaram mais de R\$ 8 bilhões nos últimos seis anos e, em 2011, serão investidos mais R\$ 2,5 bilhões. A sustentabilidade é um compromisso da Coca-Cola Brasil e se reflete na forma como a empresa e seus fabricantes lidam com as pessoas e com o meio ambiente. O índice de uso de água da Coca-Cola Brasil, por exemplo, é um dos melhores do mundo: 1,95

litro de água para cada litro de bebida produzido - menos da metade do volume utilizado 12 anos atrás.

Na reciclagem, a Coca-Cola Brasil desenvolveu, através do Instituto Coca-Cola Brasil, um programa chamado “Reciclou, Ganhou” que, desde 1996, colabora para que o País seja um dos mais avançados na reciclagem de materiais. Hoje, 98,2% das latas de alumínio e 55,6% das garrafas PET são recicladas.

Para saber mais, visite os sites:
www.institutococacolabrazil.com.br
www.cocacolabrazil.com.br



Fonte: www.embalagensustentavel.com.br

Conheça as novidades do 3ds Max e 3ds Max Design 2013

Os softwares Autodesk 3ds Max e Autodesk 3ds Max Design oferecem potentes recursos integrados de modelagem, animação, renderização e composição 3D que permitem aos artistas e projetistas aumentarem sua produtividade com rapidez.

Veja a seguir as principais novidades das versões 2013:

Texturas procedurais de substâncias

Obtenha uma ampla gama de variações de visualização com 80 novas texturas procedurais de substâncias.

Importação e Exportação Inteligente

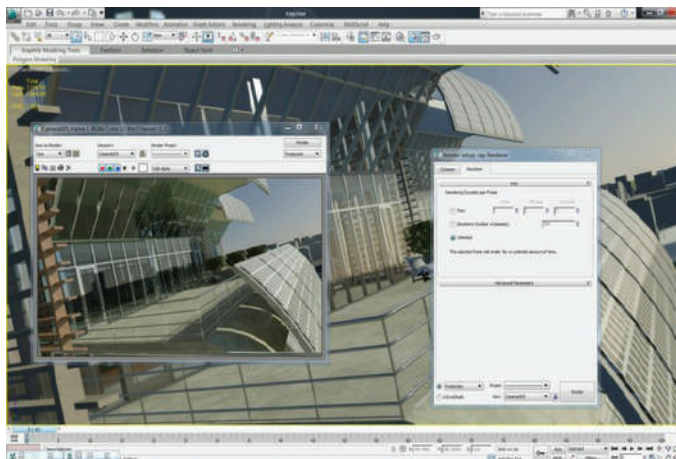
Nas opções em que importamos e exportamos modelos 3d, é possível consultar o histórico de operações desse tipo já realizadas anteriormente.

Modelagem

Durante operações de modelagem como o corte de polígonos com a ferramenta Cut, podemos modificar a visualização do modelo 3d. Essa é para mim uma das melhores mudanças, pois permite editar o mesmo polígono de diferentes ângulos! Até mesmo no processo de criação de objetos, podemos fazer a operação e ao mesmo tempo orbitar a cena, ou usar o Pan.

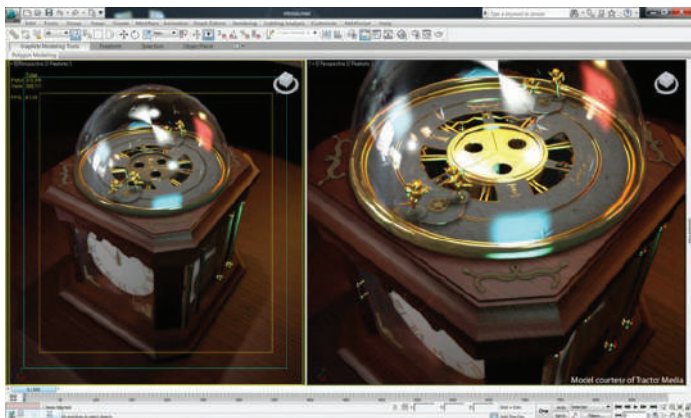
Agente de renderização iray

Criar imagens realistas no 3ds Max e o 3ds Max Design nunca foi tão fácil. Consiga resultados mais previsíveis e próximos de fotos reais sem se preocupar com as configurações da renderização. o iray refina progressivamente a imagem até que o nível de detalhe desejado seja alcançado. Proporciona melhorias na performance e na qualidade visual.



Núcleo de gráficos acelerados Nitro

Desfrute dos aprimoramentos drásticos no desempenho e na qualidade visual na viewport. Uma das prioridades da iniciativa Excalibur (XBR) para reestruturar o 3ds Max e o 3ds Max Design foi a introdução de um sistema novo de viewport projetado para ajudar a proporcionar melhorias na performance e na qualidade visual.





*Para meu melhor amigo
ofereço alimento n° 1.
Este alimento merece
uma embalagem n° 1.*



RHOTOPLÁS

Transformando Ideias em Soluções Flexíveis

Av. 26 de Março, 641 - Jardim São Pedro - Barueri - SP
Fone: (11) 4199-2555 • E-mail: gcomercial@rhotoplas.com.br • www.rhotoplas.com.br

