

## **PROJETOS VISUAIS NO DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS DE MODA SOB A PERSPECTIVA DAS ESPECIALIDADES DO DESIGN**

### ***VISUAL PROJECTS IN THE DEVELOPMENT OF FASHION PRODUCTS FROM THE PERSPECTIVE OF DESIGN SPECIALTIES***

**Livia Marsari Pereira<sup>1</sup>**

**Raquel Rabelo Andrade<sup>2</sup>**

**Marizilda dos Santos Menezes<sup>3</sup>**

#### **Resumo**

Considerando a expansão e regulamentação do ensino Superior de Moda no Brasil nas últimas décadas, a prática educativa buscou adaptar-se às novidades e remodelar as estratégias no intuito de adequar-se às novas diretrizes. Técnicas e processos característicos do desenvolvimento de produtos Moda apresentaram ajustes em seu processo de ensino de forma a assimilar conteúdos oriundos do Design. Tendo em vista essa articulação, a Programação Visual, tópico intrínseco ao Design, pode trazer contribuições efetivas no processo de desenvolvimento do vestuário e no planejamento das informações para a produção e comercialização desses produtos. Deste modo, esta pesquisa, de cunho teórico, objetivou elencar os conhecimentos fundamentais ao desenvolvimento de projetos visuais e explorar os fundamentos e metodologias do Design Gráfico, Design de Superfície e Design da Informação junto ao projeto de produtos do vestuário. Como desfecho, foram fixadas etapas do desenvolvimento de produtos de moda que envolvem o desenvolvimento de projetos visuais e que podem ser aprimoradas com os conhecimentos das especialidades do Design que se utilizam dos fundamentos da Programação Visual.

**Palavras-chave:** produto de moda; programação visual; especialidades do design.

#### **Abstract**

Considering the expansion and regulation of Higher Education in Fashion in Brazil in recent decades, the educational practice sought to adapt to the news and remodel the strategies in order to adapt to the new guidelines. Techniques and processes characteristic of the development of Fashion products presented adjustments in their teaching process in order to assimilate content from Design. In view of this articulation, Visual Programming, a topic intrinsic to Design, can bring effective contributions to the clothing development process and to the information planning for the production and commercialization of these products. Thus, this theoretical research, aimed to list the fundamental knowledge for the development of visual projects and to explore the fundamentals and methodologies of Graphic Design, Surface

---

<sup>1</sup> Doutora, Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Apucarana, Paraná, Brasil, liviam@utfpr.edu.br; ORCID 0000-0002-3296-8919.

<sup>2</sup> Doutora, Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Apucarana, Paraná, Brasil, raquelandrade@utfpr.edu.br; ORCID 0000-0003-1430-6169.

<sup>3</sup> Doutora, UNESP – FAAC - Departamento de Artes e Representação Gráfica, Bauru, SP, Brasil, marizil@faac.unesp.br; ORCID 0000-0003-4242-0698.

Design and Information Design along with the apparel products design. As an outcome, it were set stages for the development of fashion products that involve the development of visual projects and that can be improved with the knowledge of the specialties of Design that uses the fundamentals of Visual Programming.

**Keywords:** fashion product; visual programming; design specialties.

## 1. Introdução

O âmbito educacional da Moda no Brasil revela estar em um contínuo processo de evolução. O esforço realizado pelas instâncias governamentais para regulá-lo demonstra o seu reconhecimento e a valorização dos profissionais que atuam nessa área. No ano de 2003, o Ministério da Educação, por meio da Resolução CNE/CES 5/2004 e do Parecer CNE/CES 0195/2003, estabeleceu diretrizes que consolidaram a relação entre a Moda e o Design, assegurando-a como um conteúdo curricular específico do Design. Inclusive, a partir de então, não se aceita mais a criação de cursos de Moda que estiverem desvinculados do Design.

Essa reforma propôs um ensino que contenha um núcleo básico comum de fundamentos e técnicas do Design, seguido das respectivas modalidades e linhas de formação específicas, como: Gráfico, Produto, Interiores, Moda, entre outras. A partir deste momento então, passou a existir uma relação formal entre o Design e a Moda. Os conhecimentos e as práticas do campo do Design foram integrados às pesquisas e aos estudos da Moda, assim como o Design também se apropriou das experiências específicas dessa outra área. Tendo em vista essa articulação, um dos conteúdos do Design que pode ser incorporado para auxiliar nos processos da Moda é a programação visual.

A programação visual é um conteúdo que compreende fundamentos e técnicas que auxiliam no desenvolvimento de projetos que tenham como objetivo a construção de mensagens visuais. Existem ações no processo de desenvolvimento de produtos de moda que carecem dos conhecimentos desta área. Elam (2014) esclarece que todo projeto, ao ser executado, precisa levar em consideração os princípios da composição para oferecer coerência nas estruturas visuais. A aplicação dos conceitos da programação visual conduz o desenvolvimento de projetos visuais, facilita a criação de mensagens e ainda proporciona uma melhor compreensão por parte dos usuários.

Diversos elementos que compõem o vestuário podem ser dispostos de forma a estabelecer mensagens, como: a modelagem, materiais têxteis, estampas, bordados, acessórios, texturas e até textos e imagens que podem ser inseridos na peça. Os projetos visuais também podem ser encontrados nos documentos de produção do vestuário e nos materiais de divulgação da marca, como: em embalagens, etiquetas, cartão de visitas, catálogos, entre outros. Portanto, a programação visual, assim como outros conteúdos do Design, é também inerente ao Design de Moda.

Para a concepção de projetos visuais, além dos preceitos da programação visual são necessárias competências específicas referentes ao perfil e função do projeto. Então, os conhecimentos de especialidades do Design podem trazer contribuições efetivas na execução de projetos visuais, considerando as metodologias, técnicas e fundamentos de cada subárea. Nesse estudo, optou-se por aprofundar as relações do Design Gráfico, Design de Superfície e do Design da Informação com a Moda incorporados na execução de projetos visuais. A aproximação de especialidades do Design é desejável e corrobora com o perfil multidisciplinar dessa área.

Esta pesquisa, de cunho teórico, tem como objetivo geral elencar conhecimentos necessários no desenvolvimento de projetos visuais e explorar os fundamentos e metodologias do Design Gráfico, Design de Superfície e Design da Informação, priorizando os conteúdos aplicáveis ao universo do Design de Moda. Neste contexto, além de efetuar uma revisão bibliográfica dos tópicos mencionados, foram analisadas e discutidas as contribuições que os fundamentos da Programação Visual, aliados as especialidades do Design citadas podem trazer para o processo projetual da Moda.

Como resultado foram estabelecidas etapas do desenvolvimento de produtos de moda que envolvem o desenvolvimento de projetos visuais e que podem ser aprimoradas com os conhecimentos dessas especialidades do Design.

## 2. Linguagem Visual

O processo de observar uma informação, decodificá-la e ser capaz de emitir uma resposta é chamado de Comunicação Visual. A Comunicação Visual se expressa por meio de mensagens diversas, nas quais se relacionam elementos como: imagens, cores, formas, tipografias, composições gráficas, proporções, texturas e outros elementos com a finalidade de transmitir informações. “Praticamente tudo o que os nossos olhos veem é comunicação visual” (MUNARI, 2006, p.65). Entretanto, Munari (2006) esclarece que a sua principal característica é a objetividade. Assim, é necessário que as representações gráficas utilizadas em uma mensagem visual sejam capazes de serem compreendidas por quem as veem, de outro modo não existe um processo de comunicação.

Esses fundamentos são essenciais para o desenvolvimento de qualquer mensagem visual. Por se tratar de um conhecimento amplo, seus princípios e aplicações podem ser absorvidos por diversos campos do saber, entre eles o Design. A programação visual compreende o projeto de elementos que constitui uma mensagem visual. Para Munari (2006), essas mensagens são estruturadas em duas partes básicas: a informação e o suporte visual. O suporte visual é associado como o fator responsável pela eficácia da sua compreensão, sendo estabelecido por meio da composição dos elementos visuais que transmitem a informação.

À medida que a mensagem visual passa a ser observada, seu reconhecimento e interpretação incorporam uma linguagem específica que requer o conhecimento de seus diversos códigos, para que estes sejam decodificados e possam transmitir um significado. Dondis (2007, p.16) enfatiza a importância dessa questão quando afirma que “a visão é natural; criar e compreender mensagens visuais é natural até certo ponto, mas a eficácia, em ambos os níveis, só pode ser alcançada através do estudo”. Esse estudo, proposto por Dondis (2007), consiste na busca pela compreensão dos elementos visuais básicos e o conjunto de técnicas manipulativas que compõe as mensagens visuais.

Se as imagens possuem elementos que podem ser apreendidos e compreendidos, é possível fazer uma analogia com os processos de alfabetização verbal e escrita. Sinatra (1986) compara a criação de mensagens visuais com o ato de escrever mensagens de texto, pois as mensagens visuais têm uma combinação de objetos, espaço, luz, ângulo e humor, para sugerir uma determinada mensagem ou surtir um efeito, assim como o escritor utiliza palavras, frases e parágrafos para alcançar um determinado estilo.

Desta forma, o processo de desenvolvimento das capacidades perceptivo-visuais, mediante o uso de um conjunto de normas e códigos, pode ser alcunhado de alfabetização visual. Para Stokes (2001) a alfabetização visual compreende um conjunto de competências

que permite aos seres humanos discriminar e interpretar a ação visível, objetos e símbolos, naturais ou construídos, que encontram no ambiente. Sanches (2012, p.395) explica que é fundamental para o Designer de moda ter domínio do alfabetismo visual, “pois o refinamento da percepção para identificação das linguagens não verbais é imprescindível na identificação de tendências estéticas, na síntese de critérios estilísticos e na comunicação de parâmetros visuais”.

Dondis (2007, p.51) afirma que “grande parte do que sabemos sobre a interação e o efeito da percepção humana sobre o significado visual provém das pesquisas e dos experimentos da psicologia da Gestalt”. A psicologia da Gestalt é uma teoria da percepção com base em um rigoroso método experimental que possibilitou a compreensão da maneira como ordenam-se e estruturam-se as formas que percebemos no nosso cérebro. Nessa teoria não percebemos estruturas difusas e confusas, qualquer padrão de estímulo tende a ser visto de tal modo que a estrutura resultante é tão simples quanto as condições dadas permitem. Gomes Filho (2004) afirma que não vemos partes isoladas dos objetos, mas relações, isto é, uma parte na dependência de outra parte.

Portanto, as mensagens visuais são compostas por elementos que, relacionados entre si, constituem o conteúdo a ser comunicado. Os elementos básicos são a fonte compositiva das mensagens visuais, sendo eles: o ponto, a linha, a forma, a direção, o tom, a cor, a textura, a escala ou proporção, a dimensão e o movimento (DONDIS, 2007). Com base na composição e transformação dos elementos básicos ocorre o início do processo de criação de todas as mensagens visuais. Nesse sentido, a mesma autora afirma, “a partir deles obtemos matéria-prima para todos os níveis de inteligência visual, é a partir deles que se planejam e expressam todas as variedades de manifestações visuais, objetos, ambientes e experiências” (DONDIS, 2007, p.23).

O ordenamento de elementos visuais abrange técnicas que são compreendidas como agentes do processo de construção do projeto gráfico. Com a finalidade de informar, identificar, organizar, persuadir ou entreter, os recursos visuais são distribuídos conforme parâmetros que estabelecem a expressão de uma informação em um espaço formal. Fuentes (2006, p.14) relata que “muitos ainda confundem os métodos com as técnicas, quando na realidade os métodos servem para a estratégia de pensar e planejar, e as técnicas servem para ‘fazer’”.

As técnicas visuais foram sendo aperfeiçoadas no decorrer da evolução histórica e fortaleceram os processos de composição. Essas técnicas são compostas por um conjunto de processos que auxiliam a potencialização dos conceitos e a significação dos conteúdos visuais. Para Gomes Filho (2004, p.75) “elas têm a finalidade de, além de funcionar para a leitura visual da forma, fornecer também subsídios valiosos para procedimentos criativos com relação à concepção de trabalhos e desenvolvimento de projetos de qualquer natureza”. Autores como: Arnheim (2002), Gomes Filho (2006), Dondis (2007) e Lupton e Phillips (2008) abordam esses preceitos.

Portanto, as técnicas apresentadas têm como propósito auxiliar a construção de projetos com a finalidade de efetuar comunicação visual. Dondis (2007, p.24) narra que “as técnicas são os agentes no processo de comunicação visual; é através da sua energia que o caráter de uma solução visual adquire forma”. Assim sendo, trata-se de um processo de seleção e experimentação de elementos para produzir soluções gráficas que compõe as mensagens visuais e que podem ser inseridas e projetadas para inúmeros suportes, como: revistas, cartazes, tecidos, folhetos, livros, produtos, inclusive os de moda, além de outros diversos.

### 3. Especialidades do Design

Devido às diversas possibilidades de categorias de produtos, foram convencionalmente estabelecidos especialidades e campos de atuação para o Design. Pettersson (2002), Gomes Filho (2006) e o CNPq (2005) contribuíram com essa catalogação e apresentam listas das subáreas e especialidades do Design. Fica evidente que não existe uma classificação única que retrate todas as áreas abrangidas pelo Design e que, conforme se aprofundam os estudos relacionados a esta área do conhecimento, novas especialidades surgem.

Gerar uma relação de criação e produção que considere as potencialidades de cada especialidade para a concepção de um produto pode ser uma valiosa ferramenta na execução de projetos. Rinaldi (2013) conduziu uma pesquisa no intuito de verificar, sob a perspectiva do Design, as especialidades desta área que podem ser identificadas em alguns produtos. Um dos produtos analisados é o Banco de balanço R540 desenvolvido pelo estúdio Fetiche Design. O banco é composto por ferro maciço e espaguete de PVC. Analisando os dados coletados, verificou-se que nove especialidades do Design foram citadas e que alguns participantes indicaram o Design de Superfície como “outra” especialidade notada no produto.

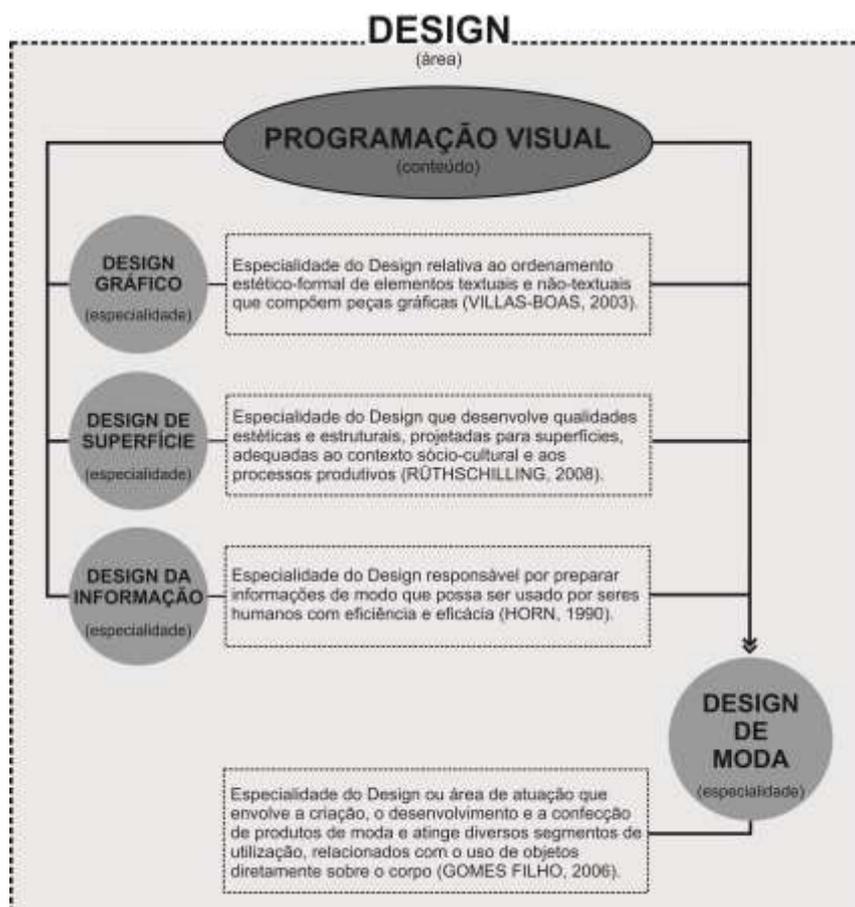
Em relação a esta interconexão de áreas, Pontes (2010, p.34) explica que “os projetos devem lançar mão de estratégias de mais de uma área de concentração e, outras vezes, de recursos e soluções de outras áreas do Design”. O Design de Moda é uma dessas subáreas que também pode se apropriar do conhecimento de outras especialidades do Design. Para Gomes Filho (2006, p.21), a Moda “mantém interfaces com o Design Gráfico e, principalmente, com o Design do Produto”. Assim, é válido esclarecer a definição dessas especialidades segundo o mesmo autor (2006):

- Design de Moda: envolve a criação, o desenvolvimento e a confecção de produtos de moda.
- Design Gráfico: envolve a concepção, a elaboração e o desenvolvimento do projeto e a execução de sistemas visuais.
- Design de Produto: envolve a concepção, o desenvolvimento do projeto e a fabricação do produto.

Além das especialidades citadas por Gomes Filho (2006) e considerando as características do processo de desenvolvimento de produto de moda, é possível estabelecer uma relação do Design de Moda com diversas outras especialidades, como: Design Têxtil, Design e Sustentabilidade, Web Design, Design de Superfícies, Design da Informação, Design de Comunicação, entre outros.

Por esse trabalho tratar da programação visual no processo de desenvolvimento de produto de moda, a seguir serão abordadas com maior profundidade as seguintes especialidades do Design: Design Gráfico, Design de Superfície e o Design da Informação. Essa relação entre o conteúdo da programação visual e as especialidades do Design (Gráfico, Superfície e Informação) contribuindo para o desenvolvimento de projetos de moda, que também se enquadra como tal considerando a decisão do MEC de vincular Moda com Design, pode ser acompanhado na Figura 1.

Figura 1: Relação entre o conteúdo de programação visual e as especialidades do Design.



Fonte: elaborado pelos autores

### 3.1 Design Gráfico

O Design Gráfico é a especialidade do Design responsável pelo processo técnico e criativo, que utiliza imagens e textos para comunicar mensagens, ideias e conceitos. Portanto, compreende não somente a produção de imagens, mas a análise, a organização e os métodos de apresentação de soluções visuais. Neste sentido, Frascara (2000, p.19) propõe a seguinte definição: “Design Gráfico, visto como uma atividade é a ação de conceber, programar, projetar e realizar comunicações visuais, produzidas em geral por meios industriais e destinadas a transmitir mensagens específicas a grupos determinados”.

O Design Gráfico atualmente é parte atuante na cultura e economia de países industrializados. Novas formas são regularmente desenvolvidas em resposta às pressões comerciais e mudanças tecnológicas (HOLLIS, 2005). A inserção do Design Gráfico em diferentes atividades demonstra a sua capacidade de aplicação em inúmeros suportes, entre eles os produtos de moda. Os conhecimentos do Design Gráfico aplicados no campo da Moda podem ser compreendidos como uma base para a criação e uma ferramenta facilitadora na transmissão de uma mensagem ou informação. A linguagem visual, reforçada e divulgada por meio do Design Gráfico na Moda, manipula, atribui atitude e informações a textos e imagens a fim de comunicar visualmente uma mensagem específica.

O desenvolvimento de projetos visuais nos produtos de moda sob o direcionamento

das premissas e métodos do Design Gráfico permite compor os elementos visuais de forma que se obtenha um processo de manipulação de marcas gráficas precisas, que assegura controle projetual e organização espacial. Nesse sentido, Martins (2011, p.15) explana que “o Design Gráfico está inserido no universo da Moda de diversas maneiras e permeia momentos distintos da prática profissional: no projeto, no desenvolvimento e na veiculação dos produtos”.

Os fundamentos e técnicas do Design Gráfico também podem ser observados na construção dos materiais gráficos que auxiliam na divulgação da coleção/marca. Existe um projeto para o desenvolvimento dos elementos visuais da sacola, etiqueta, envelope e todos os outros componentes do branding da marca, tal qual exemplificado na Figura 2. Desta forma, Martins (2011, p.25) sugere que “o fato de o Design Gráfico fazer parte desse todo de forma atuante, tanto na configuração de seus produtos como na apresentação e veiculação dos mesmos, coloca-o em uma importante posição dentro do campo da Moda”. Portanto, projetos gráficos podem ser executados e implantados nos mais diversos suportes. Sua prática requer pesquisa, planejamento e controle. Por este motivo, é necessário que o designer utilize-se de procedimentos ordenados que abranjam desde a definição do problema até a sua concretização.

**Figura 2: Exemplo de material visual de marca de moda: sacola, embalagem, cartão, tag e envelope.**



Fonte: Dmowski & Co (2020)

Assim, Munari (2006, p.342) informa que “O Designer [...] precisa de um método que lhe permita realizar o projeto com o material correto, com as técnicas mais adequadas e na

forma correspondente à função (inclusive a função psicológica)". O uso de métodos sistemáticos engloba uma lista de ações tanto teóricas como práticas com a finalidade de aperfeiçoar o processo de Design. Porém, Bomfim (1995) elucida que por mais que os métodos auxiliem na capacidade técnica e criativa do designer, eles devem ser empregados apenas como um suporte lógico do trabalho, de modo que sua utilização não garante o sucesso do projeto.

Encontra-se uma multiplicidade de esquemas metodológicos para o desenvolvimento de projetos em Design Gráfico. Considerando que essa especialidade do Design desdobra-se em subáreas como: Design de Sistemas de Comunicação, Design de Identidade Corporativa, Design de Sistemas de Informação, Design de Editoração, Design de meios de Comunicação, Design de Programas (GOMES FILHO, 2006), existe a necessidade de processos exclusivos que atendam às especificidades de cada uma. Além das metodologias exclusivas para cada subárea, existem também diferentes pontos de vista de autores que percorreram e desenvolveram tais processos. Estes fatores dão margem ainda a um uso adaptado de cada método, considerando as necessidades de cada projeto, o que colabora para o desenvolvimento de esquemas metodológicos variados.

Munari (2002, 2006) desenvolveu dois métodos: ambos valorizam o princípio de decompor o problema, obter conhecimentos e organizar todas as variáveis que envolvem o propósito do projeto. Fuentes (2006) é outro autor que apresenta uma sucessão de temas relacionados ao percurso de desenvolvimento de projetos gráficos. Melo (2010) descreve as várias facetas do processo de projetar em Design. É inegável que todos os métodos passam por uma estrutura básica que compreende: o problema, a pesquisa, a geração de ideias e a materialização de uma proposta. Porém, é possível verificar que cada metodologia trabalha essas etapas de forma distinta, umas com mais fases, outras com riqueza de detalhes em determinados momentos, algumas consideram o pós-projeto, entre outras particularidades.

As metodologias de projeto de Design colocam-se como múltiplas possibilidades de guia e orientação para os designers. As diversas etapas apresentadas são desenvolvidas de forma interativa, progredindo, regredindo ou ocorrendo de maneira simultânea conforme as necessidades encontradas no processo. Logo, cada profissional deve escolher e adaptar os procedimentos conforme o perfil e os objetivos do projeto. Melo (2010, p.91) argumenta que "em cada projeto ocorre uma superposição ou um embaralhamento dessas etapas, ou mesmo o surgimento de ações inteiramente imprevistas".

### **3.2 Design de Superfície**

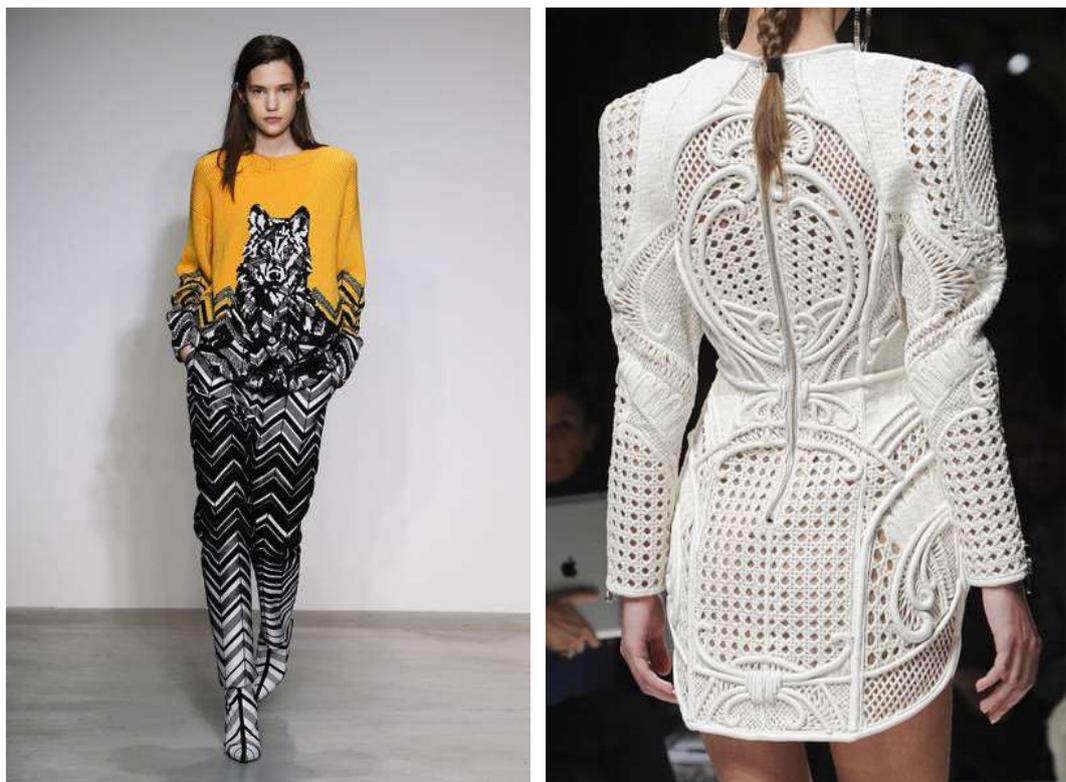
O Design de Superfície é a especialidade do Design responsável por desenvolver projetos que abordam os aspectos estéticos e técnicos da superfície de objetos a fim de despertar a percepção dessas superfícies pelos usuários. As superfícies dos produtos são constituídas a partir de elementos configurativos que são determinados pelos objetivos do projeto. Características como: textura, cor, formato, material, acabamento, entre outras são atribuídas às superfícies dos produtos para aguçar a percepção dos usuários. Além das funções estética e simbólica, outras funções do produto podem ser determinadas pela constituição da sua superfície.

Essa especialidade consolidou-se como uma área de pesquisa e de atuação profissional, gerando a abertura de cursos especializados. No âmbito internacional existem diversas publicações e associações, além de escritórios e profissionais que se dedicam exclusivamente a projetos de Design de Superfície. Como exemplo, Almeida (2013) cita a

*Surface Design Association*, criada em 1976 nos Estados Unidos, e a Organização britânica *Surface Design Show*, em 1977. No Brasil esta especialidade passou a ser estudada em meados da década de 1980 e sua preconizadora foi Rubim (2004), que após um período de estudo nos Estados Unidos definiu uma equivalência do termo *Surface Design* para Design de Superfícies. As denominações utilizadas até então como: Design Têxtil e Desenho Industrial de Estamparia, não abrangiam a totalidade desta área. Assim, fica evidente a existência de uma relação entre as especialidades de Design de Superfície, Design de Moda e outras ainda.

Compreende-se deste modo que a cadeia têxtil é uma grande área de atuação do Design de Superfície, com técnicas e características específicas. Segundo Pompas (1994) a superfície têxtil é composta de propriedades divididas em dois componentes: uma sobre a peculiaridade da matéria, que depende da composição e da estrutura técnico-construtiva, especificando o tecido do ponto de vista sensorial e tátil (Figura 3); a outra característica é visível e engloba os requisitos formais, estilísticos e cromáticos, o que determina a qualidade estético-expressiva do tecido.

**Figura 3: Efeitos visuais e táteis nos produtos de moda.**



Fonte: Krizia para Vogue UK (2018)/ Balmain para Livingly.com (2012)

Os têxteis são a principal matéria-prima para a configuração dos produtos de moda. Nos projetos de vestuário, os tecidos são responsáveis por delimitar o contorno do corpo, configurando silhuetas e volumes, mas principalmente por propor infinitas possibilidades de configuração do aspecto das superfícies dos produtos. As características das superfícies dos têxteis podem ser definidas no decorrer da construção dos tecidos. Os materiais têxteis, ao longo da sua concepção, interferem diretamente na estrutura e nas características da superfície dos produtos do vestuário. As superfícies dos têxteis possuem uma estrutura

própria, que é obtida como consequência dos processos pelo qual passou. Portanto, a escolha das fibras, do processo de fiação, tingimento, acabamento e fabricação produzem marcas que caracterizam suas superfícies.

Depois do tecido pronto ou do vestuário confeccionado, novos aspectos podem ser elaborados para as suas superfícies. Existem diversas técnicas que podem ser inseridas no desenvolvimento de um vestuário para criar efeitos visuais e táteis na superfície dos produtos de moda. Portanto, é importante que a escolha do aspecto da superfície explore as potencialidades de cada projeto e que não seja apenas um fator de revestimento ou ornamentação.

Logo, o Design de Superfície possibilita o estabelecimento de experiências diversas para o usuário em relação ao produto, sendo necessário que as decisões que envolvam a sua configuração sejam tomadas a partir de um planejamento projetual. Schwartz (2008) define três abordagens de análise e projeto para a superfície: representacional, constitucional e relacional. Estas não chegam a ser consideradas como métodos para o desenvolvimento de projetos de superfície, mas sim apontamentos dos fatores que devem ser considerados, analisados e inseridos na conduta projetual.

Rinaldi (2013) estabeleceu uma equação que também compila os elementos que devem ser considerados para o desenvolvimento de um projeto de superfície: o Processo Criativo, que engloba o conhecimento advindo de outras especialidades, deve ser somado ao Processo Executivo que representa a definição dos materiais, processos de fabricação, conformação, união e acabamento e como resultado será gerado o projeto de Design de Superfície, que é por essência um projeto multifacetado.

Lima (2013) apresenta as etapas do projeto para superfície considerando um processo de desenvolvimento de uma coleção de padrões. Os padrões são considerados, neste caso, como uma imagem contínua que é composta por princípios como o módulo, repetição e sistemas de encaixe que podem ser aplicadas nas superfícies dos produtos. Fica evidente que o foco desta metodologia está mais voltada para a aplicação do padrão em uma superfície, do que na concepção de um produto em si. A trajetória apresentada possui relação com as utilizadas no Design de Moda, uma vez que considera a criação de um grupo de padrões, não somente o de um único.

### 3.3 Design de Informação

O Design da Informação é a especialidade do Design responsável pelo planejamento e organização de informações que contextualizam e atribuem significado para os usuários. É responsável por estruturar os conteúdos visuais de maneira que as pessoas que a veem, realizam sua leitura, encontram e estabelecem uma relação entre seus elementos e, por fim, compreendem sua mensagem.

Cadena e Coutinho (2012, p.3) o conceituam como “uma área de conhecimento-atividade multidisciplinar que atua sobre a configuração da informação para que a mensagem transmitida seja otimizada, sistemática e direcionada”. A investigação e a prática do Design da Informação possuem essência multidisciplinar por terem sido criadas por um conjunto de conhecimentos de um grande número de disciplinas. Horn (1999) explica que essa especialidade do Design foi fundamentada em áreas temáticas como: fatores humanos em tecnologia, psicologia educacional, design de interface computacional, tecnologia de desempenho, design de documentação, pesquisa tipográfica, publicidade, comunicação, entre

outras.

Portanto, fica evidente que o termo Design da Informação tem abrangência distinta conforme cada autor. Porém, todos concordam que é uma atividade projetual que visa o planejamento das informações para compreensão dos usuários. Horn (1999) afirma que segundo a área de utilização dos princípios do Design da Informação, a denominação da sua atividade sofre alteração, como: em jornais e revistas é chamado de informação gráfica; no mundo dos negócios é conhecido como gráficos de apresentação ou gráficos de negócio; na ciência, como visualização científica; engenheiros de computação se referem como design da interface, enquanto arquitetos falaram sobre sinalização.

Independente da denominação, no seu processo projetual as informações são configuradas a partir da manipulação e ordenação de textos, imagens e outros elementos visuais. Segundo Redish (2000, p.164) “o design da informação engloba layout, tipografia, cor, relação entre palavras e imagens, e etc.”. Essas composições podem ser expressas nos mais diferentes suportes. Bonsiepe (1997) esclarece que alguns produtos do Design da Informação são: diagramas, ilustrações científicas, mapas, sistemas de orientação, interfaces de softwares, entre outros.

Iniciativas como a criação do *Information Design Journal*, fundado em 1979 e publicado até os dias atuais, tem tornado essa área do conhecimento mais especializada e fundamentada nos últimos anos. Reconhecido por seus escritos sobre Design da Informação e visualização de dados, Edward Tufte foi também um pioneiro nas décadas de 1980/90 por produzir estudos sobre a composição das informações e estética. Institutos e associações como o *International Institute for Information Design*, criado em 1986 em Viena e a *Information Design Association*, fundado em 1991 em Londres, contribuíram também para a consolidação dessa especialidade do Design.

No Brasil, o estudo e a pesquisa do Design da Informação ainda são considerados recentes. Em 2002, em Recife, foi fundada a Sociedade Brasileira de Design da Informação que entre outras atividades promove o Congresso Internacional de Design da Informação, o Congresso Brasileiro de Design da Informação (InfoDesign Brasil) e o Congresso Nacional de Iniciação Científica em Design da Informação (Congic). É de responsabilidade da Associação também a Revista Brasileira de Design da Informação (InfoDesign) e o livro *Selected readings of the information design international conferences*.

Ainda pouco explorado tanto no âmbito nacional quanto no internacional é a relação do Design da Informação com a área da Moda. Porém, a prática de projetar informações tem relação direta com o desenvolvimento do produto de moda. Os conhecimentos do Design da informação aplicados nos processos que envolvem a concepção dos produtos podem ser compreendidos como uma ferramenta facilitadora na transmissão de uma informação. Pode-se pensar na participação do Design da Informação tanto nos documentos internos de uma indústria que auxiliam a produção, como no processo de transmitir informações aos usuários.

Um exemplo da aplicação do Design da informação nas etapas de produção dos produtos são as fichas (documentos) que contêm todas as informações do modelo que está sendo produzido e que ficam disponíveis em todos os setores envolvidos na sua execução. Outra é no processo de transmitir informações aos usuários, já que os produtos de moda são geralmente acompanhados de etiquetas que trazem informações sobre o produto. As que apresentam informações sobre a coleção, a marca, blogs e site, são opcionais, porém existe um modelo de etiqueta que tem caráter obrigatório em produtos têxteis, que são as que informam sobre os tratamentos e cuidado para a conservação do produto (Figura 4). Estas são

fixas nas peças e encontram-se regulamentadas pelo CONMETRO (Conselho Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial) e o INMETRO (Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia). Portanto, constituem-se como materiais instrutivos que visam transmitir informações sobre o produto e a empresa fabricante. Mas as possibilidades para a estrutura do seu *layout* são restritas já que devem estar coerentes com as normas que as regulamenta.

Figura 4: Etiqueta informativa obrigatória.



Fonte: Marie Claire (2018)

Pettersson (2010) acredita que não existem regras definidas para o desenvolvimento de projetos de informação. Em cada projeto o designer deve estar apto para analisar e compreender os aspectos específicos de cada problema e encontrar uma ou mais soluções práticas. Como forma de orientação, Pettersson (2010) desenvolveu quatro grupos de princípios que são como um guia que organiza e estrutura o pensamento projetual: Princípios funcionais, Princípios administrativos, Princípios estéticos, Princípios cognitivos. Porém, as diretrizes apresentadas não são consideradas um processo para o desenvolvimento do produto final, colocam-se apenas como ações que devem ser consideradas na sua concepção. Nesse sentido, Pettersson, (2010, p.167) expõe que “ações baseadas nesses princípios auxiliam o designer de informação a projetar conjuntos de informações que estejam adequadas para a compreensão dos receptores pretendidos”.

Já Redish (2000) desenvolveu uma metodologia que considera as etapas que devem ser percorridas no desenvolvimento de projetos de Informação: 1-Planejamento da Informação, 2-Planejando o projeto, 3-Selecionar o conteúdo/organizar/ criar páginas ou telas, 4-Elaboração de teses, 5-Produção da cópia final, 6-Continuar o processo. Esta estrutura segundo a autora pode ser utilizada para a construção das informações de um *website* ou de um produto. A metodologia de Simlinger (2007) também propõe um roteiro não linear e com possibilidade de retornos. Composta por seis etapas (1-Entendimento do assunto e do seu valor para o usuário, 2-Familiarização com o usuário, 3-Proposta, 4-Projeto, 5-Avaliação, 6-Refinamento e implementação), têm a intenção de demonstrar a prática profissional para o desenvolvimento de projeto de Design de Informação.

#### 4. Produtos de Moda e a Programação Visual

Considerando o processo de desenvolvimento dos produtos de moda, fica evidente que os conhecimentos de algumas especialidades do Design têm participação na sua concepção. Os fundamentos e conhecimentos do Design Gráfico, Design de Superfície e Design de Informação são essenciais para o desenvolvimento de projetos visuais em algumas etapas. Assim, pode-se fazer algumas observações sobre a maneira como esses conhecimentos podem ser utilizados pela Moda, classificando suas participações em duas etapas: na concepção da coleção e na divulgação dos mesmos, como pode ser acompanhado. Assim, é possível compreendê-la tanto no processo de desenvolvimento do vestuário que traz considerações de ordem simbólica e estética, como no planejamento das informações para transmissão de dados para a produção e comercialização. Esse panorama pode ser observado na Figura 5.

Figura 5: Processo de desenvolvimento de projetos visuais na Moda sob a perspectiva das especialidades do Design



Fonte: elaborado pelos autores

Na etapa inicial, que engloba todos os procedimentos referentes à concepção da coleção, a relação da área do Design de Moda com o Design Gráfico, o Design de Superfície e o Design da Informação é estabelecida de forma efetiva. Todas as ações que envolvem o projeto de produtos de moda, como: painel visual de coleção, caderno de esboços, configuração do produto com estampas, bordados, lavagens, aplicações e o desenvolvimento de fichas técnicas, são atividades específicas do Design de Moda, as quais normalmente são abordadas nos cursos de graduação. Assim, ao entrarem no mercado de trabalho, os designers de moda devem estar aptos a exercer qualquer um destes processos, se necessário.

A fim de realizar as funções envolvidas nesta etapa com coerência e eficiência, alguns fundamentos do Design Gráfico, Design de Superfície e do Design da Informação, como: a Linguagem Visual, Identidade Visual, Princípios de composição e Layout, Teoria da Gestalt, Tipografia, Técnicas Visuais, Técnicas de Acabamento e Impressão e Teoria das Cores, podem ser incorporados nesta trajetória como forma de auxiliar na organização, análise e apresentação de soluções visuais. Esses conhecimentos correspondentes às especialidades do

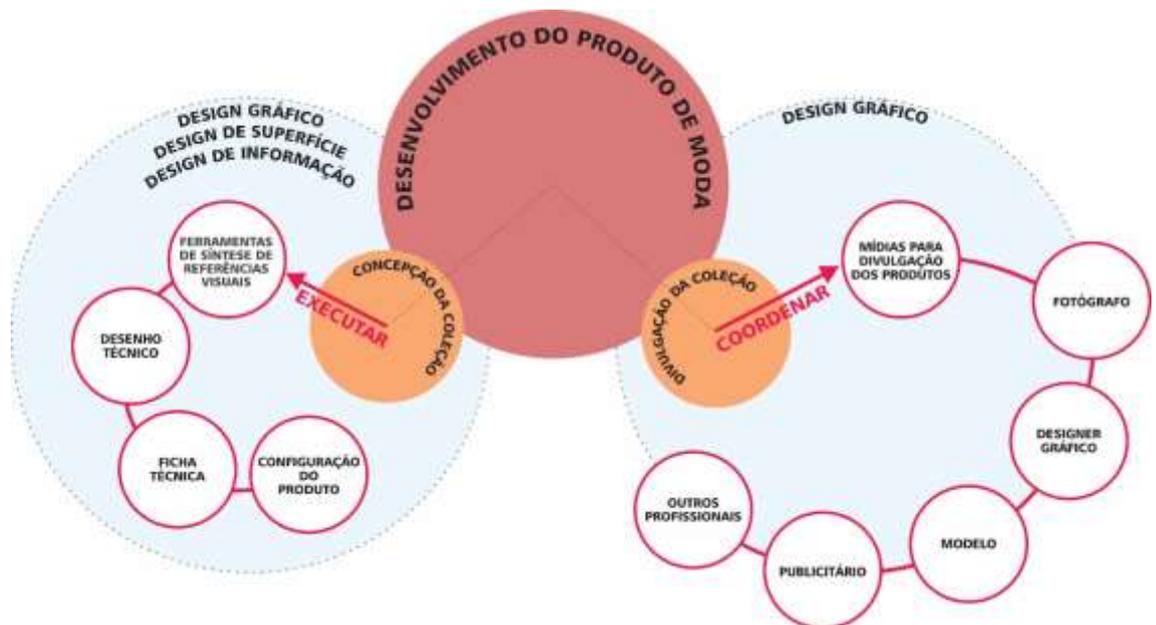
Design apresentadas, ao serem aplicados no campo do Design de Moda, podem ser compreendidos como um suporte técnico na construção de projetos visuais e ainda uma ferramenta facilitadora da transmissão de uma mensagem ou informação.

Desta forma, os profissionais da moda, ao se apropriarem de alguns fundamentos das especialidades do Design para efetuar seus projetos, podem alcançar resultados visuais que permitem uma comunicação visual com maior eficácia. Trata-se de um processo de obter conhecimentos de outras especialidades do Design com a finalidade de efetuar um melhor desempenho nas atividades que são de responsabilidade do universo do Design de Moda.

Já na etapa subsequente, em que são desenvolvidos os materiais de divulgação da coleção/ marca, como: etiquetas, tags, cartão de visitas, embalagens e fichas de produção, diversos profissionais devem estar envolvidos no projeto. Alguns deles são: fotógrafo, diretor de arte, maquiador, modelos, cabelereiro, publicitário, designer de produto, designer de moda, designer gráfico, entre outros. Nesta etapa, fica evidente a abrangência de mais especialidades do Design na elaboração do projeto. Portanto, o designer de moda atua neste cenário como um coordenador dos processos de confecção desses materiais, auxiliando outros profissionais no seu desenvolvimento, uma vez que designers de moda não detém conhecimentos aprofundados que são necessários para desenvolver esses projetos. Neste contexto, o designer de moda não é responsável por executar efetivamente a programação visual, mas sim em gerenciar sua construção, para que o espírito da coleção e a identidade da marca possam ser transmitidos com fidelidade.

As responsabilidades na atuação do profissional de moda, considerando o desenvolvimento de projetos visuais, podem ser acompanhadas na Figura 6.

**Figura 6: Atuação do designer de moda nas etapas que envolvem projetos visuais sob a perspectiva das especialidades do Design**



Fonte: elaborado pelos autores

Entende-se assim que todas as informações gráficas que permeiam o desenvolvimento

da coleção e a construção dos materiais de divulgação podem ser projetadas a partir das técnicas elementares do Design Gráfico, do Design de Superfície e do Design da Informação. Isso vem ao encontro da postura multidisciplinar tão necessária ao profissional da área do Design. Fica evidente que profissionais das especialidades citadas e do Design de moda têm conhecimentos específicos e áreas de atuação distintas. Porém, é necessário que o designer de moda possua ciência dos fundamentos empregados nestes processos como possibilidade de orientação para desenvolver uma coleção de produtos de moda, bem como para que obtenha parâmetros que o possibilite estabelecer uma atitude crítica quando desenvolver projetos em parceria com um desses profissionais.

## 5. Considerações Finais

Essa pesquisa teórica expôs que no processo de desenvolvimento de produtos de moda é necessária a manipulação de textos, imagens e informações para a configuração apropriada do vestuário, materiais de apoio e divulgação. Pode-se concluir que a programação visual está inserida em diversos momentos no processo de concepção de produtos de moda. Então, foram delimitadas especialidades do Design que trazem contribuições para o desenvolvimento desses projetos visuais. As especialidades estudadas foram o Design Gráfico, Design de Superfície e Design de Informação, compreendendo seus fundamentos e metodologias.

A inserção desses conhecimentos no processo de desenvolvimento de produtos de moda vem de encontro ao parecer CNE/CES 0195/2003 e a Resolução CNECES 5/2004 que regulamentaram a Moda como um conteúdo curricular específico do Design. A apropriação pela Moda, dos conteúdos das especialidades do Design apresentadas, deve ser analisada e discutida, uma vez que pode trazer grandes benefícios para o processo de desenvolvimento do vestuário, por fazer contribuições na estrutura dos produtos e no seu processo produtivo.

A sugestão é que os projetos visuais sejam subprojetos dentro do projeto principal que é o de desenvolvimento de produtos de moda. Cada subprojeto deve ser conduzido considerando suas especificidades e utilizando dos fundamentos, metodologias e técnicas das especialidades do Design (Design Gráfico, Design de Superfície e Design de Informação). Portanto, os conhecimentos das especialidades do Design irão auxiliar de maneira distinta o desenvolvimento de cada etapa:

- Painéis, Cartelas de referência da coleção e *Sketchbook* – atuará como orientação na distribuição das imagens e textos para transmitir o sentimento da coleção.
- Estampas, Bordados, Lavagens, Aplicações, estruturas de modelagem (texturas) – Auxiliará no desenvolvimento e implantação dessas estruturas visuais no produto de moda.
- Fichas técnicas e outros documentos de produção – orientará na distribuição das informações.
- Etiqueta, Tag, Catálogo, Embalagem e Convite – servirá como orientação para desenvolver esses itens em parceria com outros profissionais.

Ficou evidente neste processo, que esse assunto não pode se dar por esgotado. É necessário que novas investigações sejam realizadas para colaborar com desempenho acadêmico e profissional no âmbito da Moda, considerando os projetos visuais. Acredita-se que outras especialidades do Design podem trazer contribuições efetivas para os processos e produtos de moda. Essa relação entre o Design de Moda e outras especialidades do Design

deve ser consolidada.

## Referências

ALMEIDA, L. M. F. de. Design de Superfície. In: NICOLAU, R. R. A. (Org.). **Zoom: design, teoria e prática**. João Pessoa: Ideia, 2013.

ARNHEIM, R. **Arte e Percepção Visual: uma psicologia da visão criadora**. 2.ed. São Paulo: Thomson Pioneira, 2002.

BALMAIN in Paris Fashion Week Spring 2013. 2012. Disponível em: <https://www.livingly.com/runway/Paris+Fashion+Week+Spring+2013/Balmain/Details/wuhV8akpXiu>. Acesso em: 27 ago. 2020.

BOMFIM, G. A. **Metodologia para Desenvolvimento de Projetos**. João Pessoa: Editora Universitária/UFPB, 1995.

BONSIEPE, G. **Design, do material ao digital**. Florianópolis: FIESC/IEL, 1997.

BRASIL. Conselho Nacional de Educação. Câmara de Educação Superior. Parecer CNE/CES 0195/2003. Diretrizes curriculares nacionais dos cursos de graduação em música, dança, teatro e design. Relatores: José Carlos Almeida da Silva e Lauro Ribas Zimmer. 05 ago 2003. **Diário Oficial da União**, Brasília, seção 1, p. 14, 12 fev. 2004.

BRASIL. Conselho nacional de educação. Câmara de educação superior. Resolução CNE/CES 5/2004. Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Design e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Brasília, seção 1, p. 19, 1 abr. 2004.

CADENA, R.; COUTINHO, S. G. Design da informação e design instrucional: aproximações e distanciamentos. In: Congresso Brasileiro de pesquisa e desenvolvimento em design, 10, 2012, São Luiz. **Anais...**São Luiz: UFMA, 2012.

CNPQ - Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico. **Revisão da tabela de áreas do conhecimento sob a ótica do design**, Curitiba, 2005.

CONMETRO - Conselho nacional de metrologia, normalização e qualidade industrial. Resolução nº 02/08. Disponível em: <<http://www.inmetro.gov.br/legislacao/resc/pdf/RESC000213.pdf>>, Acesso em: 03 mar. 2020.

DMOWSKI & Co: Projeto para Lui Store. Projeto para Lui Store. 2020. Disponível em: <https://www.dmowski.co/en/work/lui-store-2/>. Acesso em: 11 maio 2020.

DONDIS, D. **Sintaxe da Linguagem Visual**. 3.ed. São Paulo: Martins Fontes, 2007.

ELAM, K. **Geometria do Design: estudos sobre proporção e composição**. São Paulo: Cosac Naify, 2014.

FRASCARA, J. **Diseño Gráfico y Comunicación**. 7.ed. Buenos Aires: Ediciones Infinito, 2000.

FUENTES, R. **A Prática do Design Gráfico**: uma metodologia criativa. São Paulo, SP: Rosari, 2006.

GOMES FILHO, J. **Design do objeto bases conceituais**: design de produto/ design gráfico/ design de moda/ design de ambientes/ design conceitual. São Paulo: Escrituras, 2006.

\_\_\_\_\_. **Gestalt do Objeto**: sistema de leitura visual da forma. 6.ed. São Paulo: Escrituras, 2004.

GUIA da etiqueta: o significado dos símbolos mais comuns presentes nas roupas. o significado dos símbolos mais comuns presentes nas roupas. 2018. Disponível em:  
<https://revistamarieclaire.globo.com/Lifestyle/noticia/2018/10/guia-da-etiqueta-o-significado-dos-simbolos-mais-comuns-presentes-nas-roupas.html>. Acesso em: 23 maio 2020.

HOLLIS, Richard. **Design gráfico**: uma história concisa. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

HORN, R. E. Information Design: Emergence of a new profession. In: Jacobson, R. (Org) **Information Design**. London: The MIT Press, 1999.

KRIZIA Autumn/Winter 2018 Ready-To-Wear Collection. 2018. Disponível em:  
<https://www.vogue.co.uk/shows/autumn-winter-2018-ready-to-wear/krizia-pre/collection#M1G57kxV7rL>. Acesso em: 27 ago. 2020.

LIMA, J. T. **Design de superfície**: taxionomia e práticas de projetos em escolas de design em Curitiba, PR. Dissertação (Mestrado em Design) – Setor de Artes, Comunicação e Design, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2013.

LUPTON, E.; PHILLIPS, J. C. **Novos fundamentos do design**. São Paulo: Cosac Naify, 2008.

MARTINS, T. C. **Design gráfico na moda**: produto e comunicação. Uma análise sobre a coleção “Tudo é risco de giz” de Ronaldo Fraga. Dissertação (Mestrado em Design) - Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo, 2011.

MELO, F. H. O processo do projeto. In: vários autores. **O valor do design**: guia ADG Brasil de prática profissional do design gráfico. 5 ed. São Paulo: Editora Senac São Paulo; ADG Brasil Associação dos Designers Gráficos, 2010.

MUNARI, B. **Das Coisas Nascem Coisas**. 2.ed. São Paulo: Martins Fontes, 2002.

\_\_\_\_\_. **Design e comunicação visual**: contribuição para uma metodologia didática. São Paulo: Martins Fontes, 2006.

PETTERSSON, R. **Information Design**: an introduction. John Benjamins Publishing, 2002.

\_\_\_\_\_. Information Design: Principles and guidelines. **Journal of Visual Literacy**, v.29, n.2, p. 167-182, 2010.

POMPAS, R. **Textile Design**: ricerca, elaborazione, progetto. Milano: Edimatica, 1994.

PONTES, J. Complexidade e interdisciplinaridade no design gráfico. In: Pontes, J. (Org) **Metodologia de pesquisa e projeto em design gráfico**. Belo Horizonte: Editora FUMEC, 2010.

REDISH, J. C. What is information design? **Technical Communication**, v. 47, n. 2, p.163-166, 2000.

RINALDI, R. M. **A intervenção do design nas superfícies projetadas**: processos multifacetados e estudos de caso. Tese (Doutorado em Design) – Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Universidade Estadual Paulista, Bauru, 2013.

RUBIM, R. **Desenhando a superfície**. São Paulo: Edições Rosari, 2004.

RÜTHSCHILLING, E. A. **Design de Superfície**. Porto Alegre: Ed. UFRGS 2008.

SANCHES, M. C. F. Projetando o intangível: as ferramentas da linguagem visual do design de moda. In: MARTINS, R. F. F.; LINDEN, J. C. S. **Pelos caminhos do design**: metodologia de projeto. Londrina: Eduel, 2012.

SCHWARTZ, A. R. **Design de superfície**: por uma visão projetual geométrica e tridimensional. Dissertação (Mestrado em Desenho Industrial) - Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Universidade Estadual Paulista, Bauru, 2008.

SIMLINGER, P. **Information Design**: core competencies what information designers know and can do. International Institute for Information Design, Austria, 2007. Disponível em: <<http://www.iiid.eu/PublicLibrary/idX-Core-Competencies-What-information-designers-know-and-can-do.pdf>>. Acesso em: 28 abr. 2020.

SINATRA, R. Visual literacy connections to thinking, reading and writing. Springfield: Charles C. Thomas, 1986.

STOKES, S. Visual Literacy in Teaching and Learning: A Literature Perspective. **Electronic Journal for the Integration of Technology in Education**, vol. I, no. 1. 2001. Disponível em: <[https://pdfs.semanticscholar.org/0ab8/b83958021a28bb6b2ff5b7460e497d264fbc.pdf?\\_ga=2.108197762.1255344101.1588000206-1698961753.1588000206](https://pdfs.semanticscholar.org/0ab8/b83958021a28bb6b2ff5b7460e497d264fbc.pdf?_ga=2.108197762.1255344101.1588000206-1698961753.1588000206)>. Acesso em: 10 mar. 2020.

VILLAS-BOAS, A. **O que é e o que nunca foi design gráfico**. 5.ed. Rio de Janeiro: 2AB, 2003.