

## **GRID: UMA CONTRIBUIÇÃO PARA O DESIGN DE MODA**

*Grid: a contribution to fashion design*

INCERTI, Alessandra Tonin. Graduada.; Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul, aleincerti@gmail.com

WAGNER, Priscila Gil. Mestranda.; Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul, priscila.wagner@erechim.ifrs.edu.br

**Resumo:** Este artigo tem como objetivo estabelecer uma relação próxima entre as áreas de Design Gráfico e Design de Moda. Para tanto, foi desenvolvida uma pesquisa acerca dos temas pertinentes ao contexto e produzida uma oficina, teórica e prática, explorando o uso e a construção de materiais gráficos, utilizando-se de uma ferramenta específica: os *grids*. A prática foi realizada com discentes de um Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda do Instituto Federal de Educação e Tecnologia do Rio Grande do Sul – Campus Erechim. Após, foi aplicado um questionário aos alunos acerca da importância do que foi desenvolvido. Os resultados foram satisfatórios, os participantes elaboraram materiais gráficos coerentes com a proposta.

**Palavras chave:** *Grids*. Design Gráfico. Design de Moda.

**Abstract:** This article aims to establish a close relationship between the areas of Graphic Design and Fashion Design. To this end, a research on the pertinent themes was developed and a theoretical and practical workshop was produced, exploring the use and construction of graphic materials, using a specific tool: grids. The practice was conducted with students from a Fashion Design Technology College of the Federal Institute of Education and Technology of Rio Grande do Sul - Campus Erechim. Afterwards, a questionnaire was applied to the students about the importance of what was developed. The results were satisfactory, the participants prepared graphic materials consistent with the proposal.

**Keywords:** Grids. Graphic Design. Fashion Design.

### **1 INTRODUÇÃO**

A importância do Design Gráfico não está inserida apenas na área de atuação do Design Gráfico, seu conteúdo contribui e pode se estender a outras áreas de atuação. No momento em que há a necessidade de comunicar uma ideia por meio visual, ferramentas do design gráfico podem contribuir para a construção layouts mais coerentes com propostas de desenvolvimento de projetos. Logo, uma comunicação visual bem construída ajuda na exposição de ideias e enriquece o trabalho, tornando-se fundamental para o sucesso desejado (WILLIAMS, 1995).

O presente trabalho tem como objetivo estabelecer uma relação próxima entre o Design Gráfico e o Design de Moda. Para tanto, foi realizada uma pesquisa acerca dos temas que envolvem as duas áreas. Além disso, foi proporcionado um contato sobre a área gráfica para alunos de uma turma do Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul – Campus Erechim, por meio de uma oficina. A relação entre as duas áreas se estabelece quando há a

necessidade de produção de material gráfico durante a vida acadêmica do estudante de moda.

Na oficina, teórica e prática, foi abordado o uso dos *grids*<sup>1</sup> para criação de materiais gráficos. Ressaltaram-se os seus benefícios, como são construídos e como podem servir de facilitadores, guias no desenvolvimento de projetos. Ao final, foi realizado um questionário para investigar a importância e o impacto causado pelo aprendizado e sua utilidade para o desenvolvimento acadêmico e profissional dos participantes.

O tema é relevante, visto que a construção de materiais gráficos está muito presente nos cursos de Design de Moda. As formações que envolvem criação precisam de um meio visual para expor seus trabalhos, como um exemplo disso são os portfólios. Para Morris (2009) uma comunicação visual eficaz é importante no mundo da moda, as primeiras impressões contam muito, portanto, o portfólio é uma ferramenta poderosa de marketing pessoal.

A disposição deste trabalho está organizada em quatro capítulos, sendo o primeiro a fundamentação teórica acerca dos temas relevantes para pesquisa, apresentando os conceitos de Design Gráfico, *Grids* e Design de Moda. A metodologia apresenta o desenvolvimento de uma oficina realizada com discentes do curso de Design de Moda. E, por fim, os resultados e as considerações finais são apresentados. Por se tratar de um breve relato, os materiais gráficos resultantes das oficinas não estão expostos neste artigo.

## **2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

### **2.1 DESIGN GRÁFICO**

Para Gomes Filho (2006), a área do Design Gráfico envolve vários campos de atuação, como a concepção, elaboração, desenvolvimento de projetos e a execução de sistemas visuais de forma física ou virtual, na sua grande maioria em meio bidimensional, com a origem de produtos impressos.

O Design Gráfico é entendido como a arte de criar ou escolher elementos, como as linhas de um desenho ou pontos de uma imagem, para elaborar materiais gráficos, combinando-os numa superfície qualquer, seja ele um produto impresso ou mídias eletrônicas, para comunicar uma ideia. No entanto, essa transmissão não pode ser feita de

---

<sup>1</sup> "O *grid* tipográfico é um princípio organizador no design gráfico cuja influência está arraigada na prática diária" (SAMARA, 2013, p. 9).

qualquer maneira, a construção do *layout*<sup>2</sup> deve ser pensada, arquitetada e conduzida para a melhor percepção dos leitores (HOLLIS, 2000).

O *layout* está relacionado com a distribuição de elementos de texto e imagem em um *design*. A maneira como esses elementos são posicionados, tanto um em relação ao outro quanto no projeto como um todo, afeta o modo como o conteúdo é percebido pelos leitores, e também sua reação emocional ao *design* (AMBROSE; HARRIS, 2012).

O conteúdo que chegará ao leitor precisa estar organizado, caso contrário ele não será entendido. A capacidade de comunicação de um *layout* bem construído é influenciada pela disposição dos textos e imagens em relação a outros elementos da página. Dessa forma, durante a construção do material gráfico é necessário pensar e definir onde ficará disposto cada elemento. Uma das ferramentas que ajuda nesse processo é o *grid*.

### 2.1.1 GRIDS

Os *grids*, segundo Tondreau (2009), surgiram com a proposta de ser uma ferramenta de ordem e arranjo de elementos visuais, uma forma estruturada de se resolver visualmente uma composição e obter coesão no *layout*. Ainda, são usados para organizar o espaço e a informação para o leitor, fazer um mapa, um planejamento para todo projeto. É uma maneira de ordenar os elementos e manter a organização do todo.

De acordo com Ambrose e Harris (2012), quando bem utilizado, ele é uma ferramenta essencial para dar suporte à criatividade, controlar e ordenar a informação, trazendo facilidades no momento de inserir as informações no contexto do trabalho e garantindo coerência entre as páginas relacionadas.

Cada projeto gráfico é diferente do outro e requer uma estrutura específica de *grid*. Segundo Tondreau (2009) o conteúdo, margens, quantidade de imagens, número desejado de páginas, telas e painéis influenciam diretamente nas decisões de como o *grid* será estabelecido. Antes de tudo, o conteúdo determina a estrutura que o *grid* terá e escolha dependerá de cada problema específico do design.

Além disso, é necessário conhecer os principais componentes de um *grid*. Para Samara (2013), todo *grid* possui as mesmas partes básicas por mais complexo que ele seja. E cada parte desempenha uma função específica; as partes podem ser combinadas segundo a necessidade, ou omitidas da estrutura geral, à critério do designer.

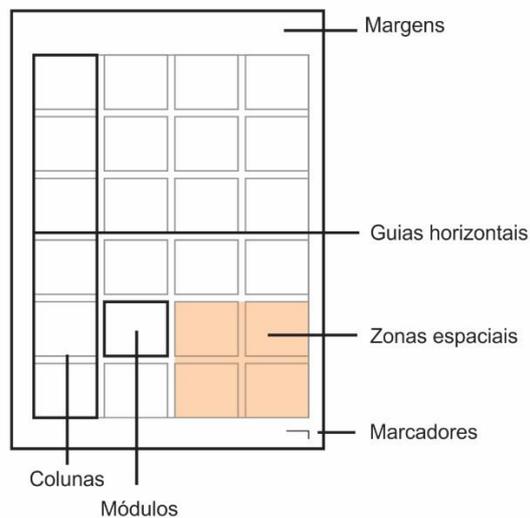
As partes básicas que compõem os *grids* são as colunas, os módulos, as margens, as guias horizontais, as zonas espaciais e os marcadores (Figura 1). Tondreau (2009) define que colunas são áreas verticais, seu tamanho e quantidade podem variar dependendo do

---

<sup>2</sup> "O *layout* é o arranjo de elementos de um *design* em relação ao espaço que eles ocupam e em conformidade com o esquema estético geral. Também podemos chamá-lo de gestão da forma e do espaço" (AMBROSE; HARRIS, 2012, p. 9).

conteúdo. Os módulos são unidades individuais, separados por espaços uniformes. Combinando-os podem-se formar colunas ou espaços horizontais. As margens são espaços negativos, entre o limite do formato e o conteúdo. Guias horizontais são alinhamentos que quebram o espaço em faixas horizontais, são um guia para o leitor, criando pausas ou pontos de partida para texto e imagens. As zonas espaciais são grupos de módulos que juntos formam campos específicos para determinadas informações. E por fim, os marcadores auxiliam na navegação do documento, indicando o posicionamento de informações que estão sempre na mesma posição, como a numeração de páginas.

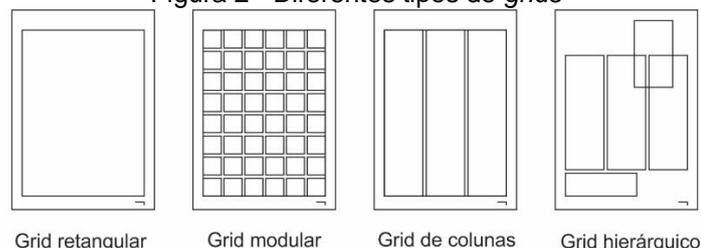
Figura 1 - Partes básicas que compõem os *grids*



Fonte: TONDREAU (2009).

Samara (2013) destaca diferentes tipos de *grids* (Figura 2). O *grid* retangular, o qual tem a função de acomodar um longo texto corrido, foi desenvolvido a partir da tradição do manuscrito, que mais tarde resultou na impressão de livros. O *grid* de colunas, organizado verticalmente é muito flexível, pode ser usado para separar diversos tipos de informação. O *grid* modular, usado para projetos muito complexos, é um *grid* de coluna com adicionais de guias horizontais, criando os módulos. Os módulos juntos compõem as zonas espaciais que acomodam funções específicas. Finalmente, o *grid* hierárquico se adapta à exigência do projeto, é baseado na disposição intuitiva dos alinhamentos de acordo com as proporções dos elementos.

Figura 2 - Diferentes tipos de *grids*



Fonte: SAMARA (2013)

Entretanto, a utilização dos *grids*, apesar de todos os benefícios que proporciona, não faz o trabalho sozinho. Na prática é importante seguir as regras, porém, não ficar preso a elas. Para Brockmann (1982), os *grids* são apoios e não garantias de que o trabalho sairá impecável, cada designer deve procurar por uma solução que se adapte ao seu estilo pessoal. É na prática que se alcança o sucesso.

## 2.2 DESIGN DE MODA

A área de moda é um campo crescente no Brasil, sua cadeia é extensa e abrange diversos setores produtivos, desde a produção do tecido até a venda do produto final para o consumidor. Treptow (2009) afirma que a moda é um fenômeno social e temporário, primeiramente com a aceitação de um estilo ou padrão, passando para a disseminação até chegar à massificação desse produto. Logo a moda é cíclica, passando pelas fases de lançamento, aceitação, cópia e desgaste (TREPTOW, 2009).

Nesse contexto, percebe-se a necessidade por criadores que possuam capacidade abrangente para o desenvolvimento de produtos de moda, que possuam visão mercadológica, conheçam os processos produtivos, sociais e culturais envolvidos, pois há cada vez mais pressão competitiva do setor para desenvolver produtos que satisfaçam cada vez mais as necessidades dos consumidores (SANCHES, 2008).

Dessa forma, percebe-se a importância que o profissional designer de moda tem e a importância de ser um profissional completo, com conhecimento teórico e prático para o desenvolvimento de produtos de moda. Uma maneira de reconhecer um bom profissional, saber de sua capacidade criativa e de desenvolvimento é por meio de seu portfólio. Nele são apresentados os melhores trabalhos e grande parte do conhecimento adquirido nos anos de graduação. Nessa perspectiva:

O objetivo desse portfólio é demonstrar suas habilidades, criatividade e capacidade de entregar um trabalho profissional e coerente. O portfólio deve ser apresentado de forma a promover sua identidade pessoal e atrair potenciais empregadores ou clientes. (MATHARU, 2011, p. 124).

Assim, o acadêmico sairá para o mercado de trabalho tendo em mãos um material completo que demonstrará suas habilidades e capacidade de fazer moda, ainda, tendo maiores chances de conquistar um bom emprego. Sorger e Udale (2009) afirmam que o portfólio de graduação é muito importante para a carreira de um designer de moda, pois é o primeiro passo para iniciá-la.

## 3 METODOLOGIA

Do ponto de vista da sua natureza, a presente pesquisa é classificada como pesquisa aplicada, posto que objetivou gerar conhecimentos para aplicação prática direcionados à solução de problemas específicos. Sob a ótica da forma de abordagem do problema é considerada como uma pesquisa qualitativa, visto que não usou métodos e técnicas estatísticas. O ambiente natural foi o meio de coleta de dados e o autor seu instrumento-chave. É descritiva. Nesse contexto, o pesquisador analisou seus dados indutivamente. O processo e seu significado foram os focos principais de abordagem (SILVA; MENEZES, 2001).

Para a execução dessa pesquisa, foi produzida uma oficina com os alunos do Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda do Instituto Federal de Educação, Ciência, e Tecnologia do Rio Grande do Sul - Campus Erechim. Essa instituição foi escolhida por ter mais proximidade com a autora, pois possui vínculo de trabalho com o local, proporcionando facilidade para realização do trabalho. Além disso, no momento de realização da pesquisa, não havia conteúdos específicos de Design Gráfico trabalhados em disciplinas presentes na grade curricular do curso.

A oficina teve o intuito de levar o conhecimento da área gráfica, através da teoria e prática dos *grids*, para os discentes do curso de Design de Moda.

Dezenove alunos participaram da oficina, sendo eles pertencentes ao sexto e quarto nível do Design de Moda. O encontro teve duração de quatro horas e o experimento foi dividido em duas etapas: na primeira foi explorada a teoria acerca do que é o Design Gráfico, o que são *grids* e como eles funcionam, quais são seus elementos e quais as vantagens de se utilizar essa ferramenta. Alguns exemplos foram apresentados para ilustrar as diversas possibilidades de arranjos de *grids*.

Na segunda fase, a prática foi realizada no computador. O sistema utilizado para o trabalho foi o Audaces Idea, *software* de desenho vetorial, específico da área de moda, o qual é disponibilizado na instituição para os alunos desenvolverem os trabalhos acadêmicos. Nessa etapa, cada aluno pôde explorar as ferramentas do *software* e gerar um *grid* modular, produzindo ao final, um painel com temática livre. No painel, texto e imagens poderiam ser explorados, utilizados de forma conjunta ou não.

Ao final do trabalho um questionário foi aplicado com os alunos participantes da oficina, com o objetivo de saber quem são os integrantes, se o conteúdo entregue através da atividade foi absorvido, se a ligação entre as áreas do design de moda e design gráfico foi efetiva, se julgam necessário componentes gráficos estarem inseridos na área de moda, e ainda, se o conteúdo exposto foi importante para o desenvolvimento acadêmico e de futuro profissional.

#### **4 RESULTADOS**

Analisando o questionário aplicado, em relação às informações básicas e profissionais, os alunos participantes são jovens, a maioria com mais de 21 anos (apenas 25% tem menos de 20 anos), todos do sexo feminino e grande parte deles tem na área de moda a sua primeira formação. Além disso, 60% dos pesquisados já trabalham ou já trabalharam na área de moda. Conclui-se, nesse contexto, que os entrevistados são pessoas já envolvidas na área de atuação, seja como profissional ou como estudante.

Em relação aos questionamentos sobre o entendimento dos assuntos abordados nas oficinas, 70% dos pesquisados responderam que conseguiram ter um bom entendimento do conteúdo apresentado, bem como 70% das pessoas conseguiram fazer a ligação existente entre o campo do Design de Moda com o Design Gráfico. Assim, 90% dos alunos participantes concluíram que têm grande importância a apresentação de conteúdos de produção de material gráfico durante o curso de Moda, além disso, 95% destacam que são assuntos relevantes para seu desenvolvimento acadêmico. Ainda, quando questionados sobre o futuro, 73% consideraram o conhecimento importante para sua atuação profissional. Os resultados evidenciados não apenas no questionário, bem como nos frutos das oficinas práticas, se refletem nas peças gráficas produzidas nos treinamentos. Os painéis solicitados como exercícios de aprendizagem durante a realização das oficinas serviram como instrumento de análise para esse estudo.

Observou-se, portanto, que os trabalhos desenvolvidos possuíram coerência na inserção de imagens e textos, respeitando as proporções, foram estruturados e equilibrados, bem como conseguiram despertar interesse no observador. Isso reflete o estudo e o entendimento da aplicação do *grid* como ferramenta de organização e adequação visual.

#### **4 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A relação percebida, neste breve estudo, entre o Design de Moda e o Design Gráfico, é de que a área gráfica apresenta grandes contribuições para o campo da moda, sobretudo quando há produção de materiais gráficos durante os períodos acadêmicos e na construção de portfólios diversos.

Os resultados do estudo demonstram que as oficinas tiveram grande relevância para os participantes, que o conteúdo foi aceito e absorvido pelos discentes, e ainda, culminou em materiais bem elaborados. No entanto, foi o primeiro contato dos alunos com o assunto, o que sugere que a prática contínua propiciará resultados ainda melhores, tornando-os mais capacitados para os desafios da vida acadêmica e profissional.

Encontram-se, assim, no Design Gráfico contribuições aos processos de Design de Moda. Por consequência, permite a formação de um profissional mais apto a entrar no mercado de trabalho, sobretudo considerando a realidade da indústria da moda, que demanda de mão de obra criativa e multitarefas.

## REFERÊNCIAS

AMBROSE, G. HARRIS, P. **Layout**. Tradução: Aline Evers. 2º ed. Porto Alegre: Brookman, 2012.

BROCKMANN, J. M. **Sistemas de grelhas**: um manual para desenhistas gráficos. Tradução: Fernando Pereira Cavadas. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, S. A, 1982.

GOMES FILHO, J. **Design do Objeto**: bases conceituais. São Paulo: Escrituras Editora, 2006.

HOLLIS, R. **Design Gráfico**: uma história concisa. Tradução: Carlos Daudt. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

MATHARU, G. **O que é design de moda**. Tradução: Mariana Bandarra. Porto Alegre: Bookman, 2011.

MORRIS, B. **Fashion Illustrator**: manual do ilustrador de moda. Tradução: Iara Biderman. 2ª ed. São Paulo: Cosac Naify, 2009.

SANCHES, M. C. F. Projetando moda: diretrizes para a concepção de produtos. In.: PIRES, D. B. **Design de Moda**: olhares diversos. São Paulo: Estação das Letras e Cores Editora, 2008.

SAMARA, T. **Grid**: construção e desconstrução. Tradução: Denise Bottman. São Paulo: Cosac Naify, 2013.

SILVA, E. L.; MENEZES, E. M. **Metodologia da Pesquisa e Elaboração de Dissertação**. 3ª ed. rev. atual. Florianópolis: Laboratório de Ensino a Distância da UFSC, 2001.

SORGER, R.; UDALE, J. **Fundamentos do Design de Moda**. Tradução: Joana Figueiredo, Diana Aflalo. Porto Alegre: Bookman, 2009.

TONDREAU, B. **Criar Grids**: 100 fundamentos de *layout*. Tradução: Luciano Cardinali. São Paulo: Editora Blucher, 2009.

TREPTOW, D. **Inventando moda**: planejamento de coleção. 4ª ed. Brusque: D. Treptow, 2009.

WILLIAMS, R. **Design para quem não é designer**: Noções básicas de planejamento visual. 2ª ed. São Paulo: Editora Callis, 1995.