

A OTIMIZAÇÃO DO USO NO DESENVOLVIMENTO DO VESTUÁRIO INFANTIL

The use optimization in the development of clothing infant

Machado, Claudia Helena Silva; Bacharel; Universidade Estadual de Londrina;
claudiahelenamac@bol.com.br

Souza, Patrícia de Mello; Mestre; Universidade Estadual de Londrina;
Doutoranda PPGDesign UNESP patmel@sercomtel.com.br

Resumo

O presente trabalho aborda a otimização do ciclo de uso no desenvolvimento de produtos de moda para crianças, de forma a ampliar a utilização para diversas situações. A aplicação da técnica da modelagem tridimensional orienta a concepção das configurações necessárias para a obtenção da multifuncionalidade, além de possibilitar a inovação formal dos produtos e otimizar o processo de produção.

Palavras Chave: design de moda; moulage; multifuncionalidade.

Abstract

This paper broaches the optimization of cycle of use in the fashion product development for children, of form to extend the use for diverse situations. The application of the technique of draping guides the conception of the necessary configurations for to the obtain the multifunctionality, besides facilitating the formal innovation of the products and optimizing the production process.

Keywords: fashion design; draping; multifunctional.

Bacharel em Design de Moda pela Universidade Estadual de Londrina (2010) atua como assistente de desenvolvimento em confecção feminina e masculina. Doutoranda em Design na UNESP; Mestre em Design pela mesma Universidade (2006); Especialista em Moda pela UNERJ (1999) e graduada em Arquitetura e Urbanismo pela UFPR (1983). É vice-coordenadora do Curso de Design de Moda da Universidade Estadual de Londrina, onde atua como pesquisadora e docente da graduação e pós-graduação.

Introdução

O segmento infantil tornou-se promissor para a indústria da moda. Os infantes estão sendo classificados freqüentemente, como *pequenos grandes consumidores*, devido ao potencial comercial no mercado. Para a Associação Brasileira da Indústria Têxtil (ABIT), o segmento infantil já representa 15% do mercado de moda, e movimenta US\$ 4,5 bilhões anuais. Este fenômeno, recorrente em todo o mundo, expressa a ânsia das crianças pelas novidades nos diversos setores, principalmente na indústria da moda.

As pesquisas de Morace (2008) revelam que tanto na Itália como em outros países, o reflexo da importância do vestuário infantil na economia tem sido tão significativo, que o setor vem se destacando como um dos mais prósperos nos últimos anos. Vale ressaltar que feiras exclusivas para o público infantil espalhadas por todos os continentes alavancam grandes negócios. A Feira internacional da Moda Infantil *Pitti Immagine Bimbo* é considerada um referencial, e no Brasil, a Feira Internacional do Setor Infante-juvenil-bebê – Fit 0/16, atualmente é realizada em duas edições anuais para lançar tendências em confecção, calçados, acessórios, enxoval, decoração e puericultura.

Neste contexto, as crianças nascidas em plena revolução tecnológica são motivadas precocemente a consumir, pois se incluem cada vez mais cedo nas atividades familiares tornando-se consumidoras (BRANDALISE, 2008) e acumuladoras.

Para Karsaklian (2004), as crianças não nascem consumidoras, mas aprendem a ser, pois o desejo ou a vontade não são inatos, mas absorvidos e apreendidos através da cultura e de sua sociedade. Aos poucos, a criança toma consciência de que possuir um produto constitui uma resposta imediata e apropriada à aparição de uma dada vontade, determinada por uma necessidade. Esse entendimento é fruto da observação do comportamento dos pais e do alcance da mídia.

As disposições das mídias interativas e de diversas tecnologias despertam nos pequenos, interesses impulsivos pelos lançamentos e desenvolve em seu inconsciente, a precoce capacidade de desejar. Segundo

Veiga (2007), pesquisa realizada pela Cartoon Network – canal de TV a cabo dedicado ao público infanto-juvenil – com 1.530 crianças entre 6 e 11 anos, das classes A, B e C de São Paulo, Rio de Janeiro, Curitiba e Belo Horizonte, revela o novo perfil da infância: as crianças continuam brincando, porém suas brincadeiras são associadas ao mundo virtual; elas continuam escolhendo suas roupas e saindo com os pais, sobretudo se for para se divertir comprando coisas.

Para o Instituto de Pesquisa Interscience, na moda infantil, o público que mais investe em roupas e acessórios é o feminino. Em sites e blogs, as meninas são denominadas mini fashionistas, por mostrarem-se muito vaidosas, serem exigentes com o estilo em tão tenra idade, por consumirem roupas em demasia, além de acompanharem os pais nas compras para tomarem decisões por eles. Possuem um olhar apurado e são persistentes nas suas tomadas de decisão. Baseados em pesquisa realizada com crianças, pais e educadores, Pereira *et al* (2007) confirmam que as crianças dessa geração são extremamente motivadas pelo avanço tecnológico e pelo fácil acesso concedido a elas.

Sendo assim, percebe-se que a incessante absorção das tendências mundiais pelas precoces consumidoras, aliada ao conceito efêmero da moda, podem gerar futuros adultos consumistas. Portanto, uma vez que pertence à infância a maior parte da formação intelectual, ou seja, as primeiras relações conscientes com o meio externo, o presente projeto enaltece a relevância da conscientização do consumo pelas meninas, que tem se destacado como um próspero público consumidor na moda infantil.

Além disso, tratando-se deste segmento em especial, cabe ressaltar a importância que o desenvolvimento físico – a variação da estrutura corporal – representa para o projeto do vestuário de moda. Alterações de peso e alturas sejam elas, bruscas ou brandas, não são mais as determinantes para a troca do vestuário ainda em bom estado de conservação. Ao contrário, as trocas provocadas pela veloz substituição dos produtos em ótimas condições de uso por outros recém-lançados, têm incitado o descarte precoce de peças com altíssimo potencial de vida útil.

Frente a esta demanda, e a um público em plena fase de formação, a concepção de produtos voltados à intensificação do ciclo de uso mostra-se

mais que oportuna, bem como a preocupação em otimizar o processo produtivo, quando se considera o consumo sustentável uma questão emergente em meio à sociedade contemporânea.

Para tanto, justifica-se a necessidade de:

- transmitir o conceito de consumo consciente;
- investigar por meio da modelagem tridimensional a função multiuso no vestuário;
- minimizar a subordinação dos produtos as tendências de moda;
- explorar a otimização do uso no produto de moda;
- estimular a interação criativa do usuário (criança) com a roupa;
- identificar materiais e beneficiamentos que contribuam tanto para o conforto e mobilidade do usuário, quanto para otimizar o processo de produção.

A conscientização no consumo do vestuário

O desejo das crianças em consumir é um fator atuante em seu crescimento. Segundo Karsaklian (2004), as crianças atraem-se mais facilmente pelos encantos do consumo. Passam de consumidoras à acumuladoras, por serem detentoras do poder de decisão e influenciarem o orçamento da família. Uma vez que são vulneráveis à persuasão de diversos agentes, por exemplo, o marketing, e devido à capacidade de imitação característica desse período, as meninas são seduzidas a desejar e a comprar, inspiradas pelo comportamento dos pais, seu grupo de referência.

Portanto, consumir de forma consciente perante as crianças, satisfaz não só a necessidade momentânea e pessoal, como propicia valores positivos para o indivíduo em formação. A esse respeito, Munari (2008) declara que tudo aquilo que os pequenos memorizam permanecerá para toda a vida.

Cada vez mais a indústria da moda valoriza o consumo consciente, e diante disso, Vezzoli e Manzini (2002) argumentam sobre a importância de se projetar considerando que os produtos sejam reconhecidos como melhores porque adquirem valor com o seu tempo de uso. A vida útil pode ser prolongada pelo vínculo emocional, que faz com que as pessoas utilizem determinado produto por mais tempo (VEZZOLI, 2008). O vínculo ou apelo emocional pode ser contemplado por elementos existentes nos produtos:

estampas, enfeites para personalização, mecanismos de regulagem, brindes e peças multiuso, constituem-se bons exemplos. São critérios significativos para o consumidor, que contribuem para evitar a eliminação precoce do vestuário.

O consumidor precisa buscar informações para fazer as melhores escolhas, para si e para a sociedade, conhecendo o impacto que suas ações podem gerar, sobretudo para a natureza.

O consumo sustentável, portanto, permeia o presente projeto, tanto da perspectiva do consumo, quanto da produção, ao contemplar a necessidade de transmitir ao usuário, a criança, valores e propostas que colaborem com o meio ambiente. Seja com a aplicação de uma modelagem que possibilite a ampliação dos limites de uso e função da roupa, seja minimizando a subordinação às tendências vigentes.

Moulage: o canal para a inovação formal

Para Souza (2008), a técnica da moulage pode ser utilizada para diversos fins. Entre eles, como instrumento de criação, capaz de gerar formas têxteis a partir da apropriação da tridimensionalidade do corpo suporte e das ações de construir, transformar e reformular.

Ao projetar em terceira dimensão é possível inovar a forma, devido à facilidade de exploração das composições, uma vez que se visualizam todas as facetas, isto é, as múltiplas silhuetas do produto. A percepção espacial facilita a exploração dos elementos que configuram o produto, como: material têxtil, cor, linha, plano, proporção, volume, textura e os recursos construtivos utilizados. Para Saltzman (2004) a partir de diferentes recursos materiais e construtivos é possível prever transformações, de modo que se possam projetar formas flexíveis, versáteis ou até produtos multifuncionais.

A visualização e a manipulação dos materiais sobre o suporte favorecem a construção de formatos simplificados, antevendo as questões produtivas, além de propiciar a experimentação de distintas configurações para o mesmo produto (BEDUSCHI E SOUZA, 2010).

Para Saltzman (2008), manipulações como desarticular, unir e ajustar possibilitam o desenvolvimento de um design aberto, dinâmico e interativo, na medida em que podem ser acionadas conforme a necessidade ou desejo de cada um, permitindo a intervenção imediata do usuário, neste caso, a criança.

A figura 1 ilustra as situações de uso dos produtos com função multiuso, gerados a partir da planificação de modelos elaborados por meio da modelagem tridimensional. O produto 1, cuja construção partiu do formato do quadrado em malha, permite três situações de uso em uma única peça: pode ser utilizado como blusa, colete e como shorts sarouel – neste caso, se usado ao contrário, isto é, a extremidade inferior do produto passa a ser a superior. O diferencial da saia jeans, produto 2, é que sua modelagem tem formato retangular, conferindo ao modelo caimento enviesado. Por sua vez, o produto 3 em jeans, possui modelagem versátil, permitindo seu uso como blusa, colete e bermuda ampla.

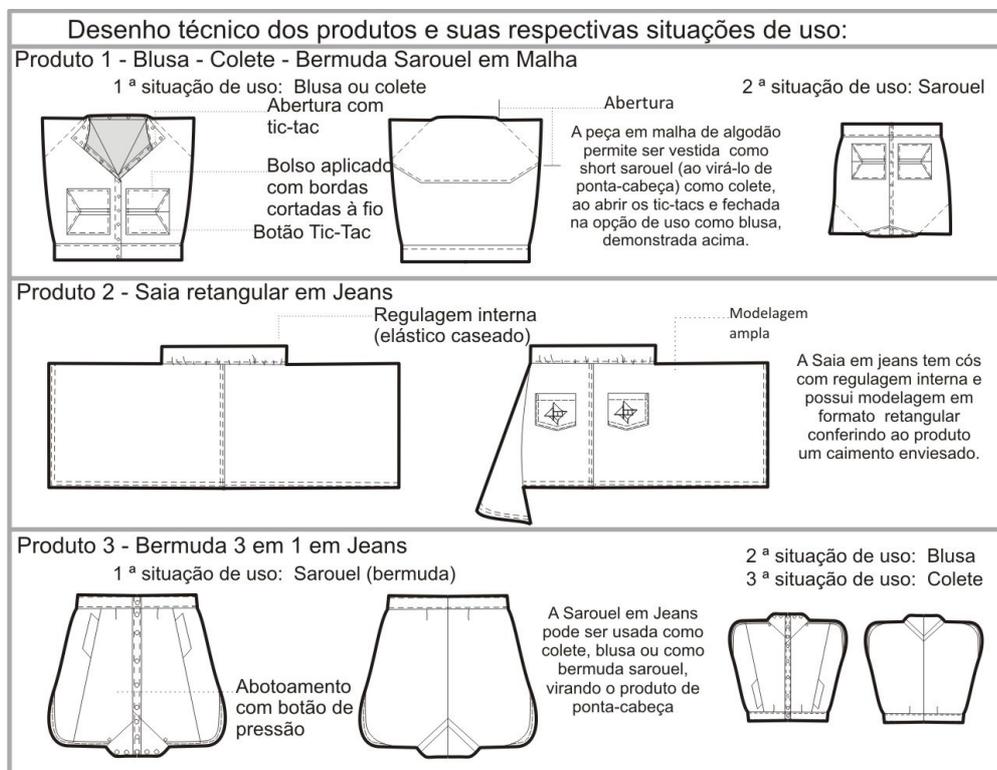


Figura 1: Inovação formal e multifuncionalidade possibilitam diversas situações de uso
Fonte: Própria (2010)

A moulage e a interferência pessoal (manipulação) da consumidora mirim em sua própria vestimenta possibilitam prolongar o ciclo de vida do produto em função do vínculo durante o uso. Conseqüentemente, aumenta-se o apego emocional a cada interação, de acordo com a manipulação realizada pelas meninas.

A otimização no uso e a obsolescência no produto de moda

Conforme Manzini e Vezzoli (2002), a utilização dos produtos de moda infantil por um período de tempo maior, pode ser possível, quando suas dimensões e funções são flexíveis. Nesse sentido, Vezzoli (2008) considera o prolongamento da vida útil dos trajés como principal alternativa para um consumo mais efetivo, já que se intensifica o uso da vestimenta tornando-a valiosa ao consumidor, além de reduzir a quantidade de peças produzidas e, eventualmente, de peças descartadas.

Diante da efemeridade motivada pela aparência e pela moda, outra razão resulta na eliminação precoce do vestuário: a obsolescência estética, que faz com que os produtos tenham uma vida mais curta.

Dessa forma, no atendimento às questões projetuais, o presente trabalho considera as reflexões de Kazazian (2005) sobre as atualizações, de forma a contemplar produtos com menor envelhecimento estético, reduzindo a subordinação às tendências, bem como ampliando os limites funcionais.

Os produtos propostos, mostrados na Figura 2, atendem aos seguintes requisitos, considerados necessidades práticas: conforto térmico, conforto tátil, liberdade de movimento, coordenação e versatilidade no uso, ciclo de vida prolongado. No que se refere às necessidades estético-simbólicas, contemplam: conscientização, descontração, atemporalidade, interatividade, alegria e criatividade.

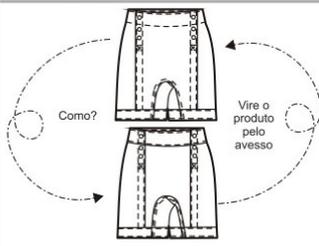
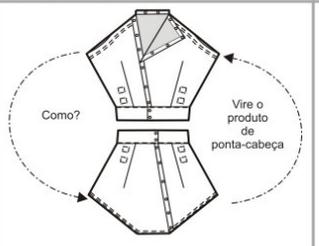
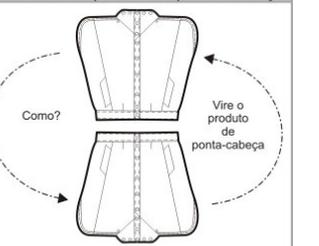
Bermuda 2 em 1 em jeans colorido	Blusa-shorts-sarouel em malha	Bermuda 3 em 1 em jeans
A bermuda tem tonalidades diferentes e poucas costuras possibilitando ser vestida pelo lado direito e avesso. O acabamento nas costuras são embutidas e rebatidas.	A blusa é ampla devido as pregas que compensam a ausência de costuras na lateral. Ao virar a peça de ponta-cabeça, permite-se o uso como short sarouel.	A bermuda em jeans leve possui modelagem ampla e foi desenvolvida a partir do formato quadrado e pode ser usada como blusa ou como colete virando a roupa de ponta-cabeça.
		
Produto confeccionado:	Produto confeccionado:	Produto confeccionado:
		

Figura 2: Análise de vestuário multifuncional mostra prolongamento da vida útil dos produtos
Fonte: Própria (2010).

Materiais, processos e beneficiamentos

A pesquisa de materiais procede dos seguintes critérios: conforto tátil, fácil manutenção, versatilidade de uso e consumo limpo.

A meia malha PT de algodão, o jeans em 100 % algodão e o jeans com elastano foram selecionados como boas opções para o desenvolvimento dos produtos de moda para as meninas. A meia malha PT tem como características principais o encolhimento e a torção praticamente zero nos processos de tingimento nas peças confeccionadas, o que reduz significativamente o consumo de tecido no corte, eliminando a necessidade de prever encolhimento no processo. O jeans marinho se destaca pela gramatura baixa e pelo caimento maleável. O jeans colorido apresenta uma gramatura maior, devido à possibilidade de uso no lado direito e avesso, mas ganha toque suave após o processo de lavagem.

A adequação do jeans colorido para seu uso nos dois lados oportuniza maior aproveitamento no consumo e na redução de recursos naturais, já que existem duas tonalidades em um único artigo. O emprego da malha PT na coleção de produtos garante a redução de resíduos, pelo fato do tingimento acontecer somente nos produtos confeccionados, minimizando os resíduos químicos do processo. O tecido pode ainda ser utilizado em sua cor natural, além da mínima taxa no encolhimento.

A baixa complexidade das modelagens desenvolvidas por meio da moulage beneficia o encaixe, devido às formas amplas simplificadas.

Logo, o projeto em questão, contribui para a otimização do processo produtivo diante da economia em custos, energia, tempo e recursos naturais.

Considerações finais

Os resultados da pesquisa atendem aos objetivos inicialmente propostos: desenvolvimento de vestuário para crianças por meio da exploração da modelagem tridimensional a fim de otimizar a vida útil do produto de moda.

A moulage oportuniza a expansão do uso, possibilitando a interação com o consumidor na geração das diversas configurações para o mesmo produto. Desta maneira, concretiza-se o produto de moda multifuncional, que proporciona a personalização de acordo com a intervenção da criança,

fortalece o vínculo emocional e contribui para a expansão do ciclo de vida do produto, tornando o consumo das meninas mais consciente.

Quanto aos processos de produção, conclui-se que a concepção dos produtos versáteis ou multifuncionais proporciona importante economia no tempo de produção, de recursos têxteis, assim como de processos, seja tingimento ou confecção.

Sob a perspectiva empresarial, há o questionamento sobre o investimento em produtos com ciclo de uso prolongado, considerando o capitalismo. Contudo, ressalta-se que a contribuição em longo prazo à sociedade e ao meio ambiente, inclusive pela prática consciente da proposta, fortalece e fideliza o vínculo entre o usuário e o produto de moda, já que essas crianças serão futuras consumidoras conscientes.

Referências

ABIT. *Publicação ABIT Dados – Vestuário infantil*. Disponível em: <http://www.abit.org.br/site/navegacao.asp?id_menu=6&id_sub=19&idioma=PT>. Acesso em 21 jun 2010.

BEDUSCHI, Danielle Paganini; SOUZA, Patrícia de Mello. Modelagens facilitadoras do processo produtivo no desenvolvimento de produtos de moda sustentáveis. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN, 9, 2010, São Paulo. *Anais...* São Paulo: Anhembi Morumbi, 2010.

BRANDALISE, L. T. *A percepção do consumidor na análise do ciclo de vida do produto: um modelo de apoio à gestão empresarial*. Cascavel: Edunioeste, 2008. 233 f

INTERSCIENCE. *Como atrair o consumidor infantil, atender expectativas dos pais e ainda, ampliar as vendas*. Disponível em: <http://www.alana.org.br/banco_arquivos/arquivos/docs/biblioteca/pesquisas/interscience_influencia_crianca_compra.pdf> Acesso em 28 jun 2010.

KARSAKLIAN, Eliane. *Comportamento do consumidor*. São Paulo: Atlas, 2004, 339 f

KAZAZIAN, Thierry. *Haverá a idade das coisas leves: design e desenvolvimento sustentável*. Trad. Eric Roland Rene Heneault. São Paulo: SENAC, 2005. 195 p

MANZINI, Ézio; VEZZOLI, Carlo. *O desenvolvimento de produtos sustentáveis: os requisitos ambientais dos produtos industriais*. São Paulo: Edusp, 2002.

MORACE, Francesco. *Consumo autoral: as gerações como empresas criativas*. Trad. Káthia Castilho. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2009.

MUNARI, Bruno. *Das coisas nascem as coisas*. Trad. José Manuel de Vasconcelos. 2 ed. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

PEREIRA, Priscila de Fátima et al. *Manhê eu quero !!! O consumismo infantil como uma nova marca da sociedade*. XVI CIC. IX ENPOS. UFPEL/ Unipampa, 2007.

SALTZMAN, Andrea. *El cuerpo diseñado: sobre la forma en el proyecto de la vestimenta*. Buenos Aires: Paidós, 2004.

SALTZMAN, Andrea. O design vivo. In: PIRES; Dorotéia Baduy (Org.). *Design de moda: olhares diversos*. Barueri, SP: Estação das Letras e Cores, 2008. p. 305-318

SOUZA, Patrícia de Mello. *A modelagem tridimensional como implemento do processo do desenvolvimento do produto de moda*. 2006. Dissertação (Mestrado em desenho Industrial) Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Universidade Estadual Paulista, Bauru, 2006.

SOUZA, Patrícia de Mello. A moulage como instrumento de criação e inovação formal. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN, 8, 2008, São Paulo. *Anais...* São Paulo: SENAC, 2010.

SOUZA, Patrícia de Mello. A moulage, a inovação formal e a nova arquitetura do corpo. In: PIRES, Dorotéia Baduy (Org.). *Design de moda: olhares diversos*. Barueri, SP: Estação das Letras e Cores, 2008. p. 337-345

VEIGA, Aida. *Infância Hi-Tech*. Disponível em: <<http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,EDG60931-5990,00-INFANCIA+HITECH.html>>. Acesso em: 15 set. 2010

VEZZOLI, Carlo. Cenário do design para uma Moda Sustentável. In: PIRES, Dorotéia Baduy (Org.). *Design de moda: olhares diversos*. Barueri, SP: Estação das Letras e Cores, 2008. p.197-205.