

## **A utilização do design têxtil em uma empresa de confecção infantil: um estudo de caso**

The use of textile design in children's fashion industry: a study case

Iwamoto, Luciana; Discente; Universidade Estadual de Londrina

[lucianaiwamoto89@gmail.com](mailto:lucianaiwamoto89@gmail.com)

### **Resumo**

O Design Têxtil se mostra uma ótima ferramenta para a diferenciação de produtos de moda, sobretudo no segmento infantil, que se torna gradualmente mais competitivo. É realizado um estudo de caso para analisar o seu uso em uma empresa, revelando-o como uma ferramenta que permite várias possibilidades de competitividade e inovação.

Palavras-Chave: design têxtil, empresa de confecção ,estudo de caso.

### **Abstract**

Textile Design has shown a great tool for differentiation of fashion products, especially in children's segment, which gradually becomes more competitive. A study case is made to examine its use in an industry, revealing it as a tool that allows various possibilities of innovation and competitiveness.

Keywords: textile design, fashion industry, study case.

### **Introdução**

Com o aumento da competitividade no setor de moda infantil, as empresas buscam um fator que promova a diferenciação de seus produtos perante os concorrentes. Esse artigo pretende mostrar como o Design Têxtil, apesar de pouco conhecido como campo de conhecimento no Brasil, pode se tornar um vantajoso agregador de valor, fator imprescindível para o sucesso de uma empresa.

## **Metodologia**

Este artigo é o resultado de um estudo de caso em uma empresa de confecção que utiliza o Design Têxtil como uma ferramenta para se alcançar a diferenciação competitiva.

## **O Design Têxtil**

O Design Têxtil é a maior área na qual o Design de Superfície atua, pois contém a maior diversidade de técnicas. Nela incluem-se a estamparia, tecelagem, malharia e tapeçaria (RUBIM, 2005). Apesar do Design de Superfície em geral ser pouco estudado no país como campo de conhecimento, a técnica de estamparia é amplamente utilizada no campo da moda. A sua grande vantagem é poder fornecer a qualquer superfície têxtil cores e formas ilimitadas, como se criasse uma ilustração em um papel, porém com a vantagem do corpo fornecer posteriormente curvas e volumes, adicionando dinamismo às peças. (MARTÍN, 2009). A estamparia também permite uma gama infinita de possibilidades, ao modificar a matéria prima ou o processo em si.

## **Estudo de Caso**

A empresa analisada é uma indústria de confecção de pequeno porte inserida no norte do Paraná e está há 15 anos no mercado de moda infantil, feminino e masculino. Atende o público de crianças de 1 a 10 anos, das classes A e B, o qual os pais valorizam roupas lúdicas e confortáveis.

A estampa é um fator de grande importância, pois é onde se situa a diferenciação de seus produtos diante dos concorrentes. Há 10 anos a empresa trabalha com tecidos de estampas exclusivas que são desenvolvidas dentro da empresa.

Os produtos possuem modelagem básica que se repete muitas vezes em várias coleções. É a estampa que sempre é modificada de acordo com o tema da coleção, dando uma cara nova ao produto a cada estação.

Ao analisar essa empresa, é possível detectar a utilização da estamparia como estratégia de competição, pois sempre oferecem ao consumidor um produto exclusivo, além de não terem problemas de estoque de tecidos inutilizados, já que, ao detectar falta de material, é possível reestampar. Além disso, as ilustrações coloridas reforçam a identidade e o conceito da marca.

O setor de estamparia também se mostra um fator de diferenciação que não é estático, já que tintas e processos diferenciados compõem infinitas possibilidades. Com os avanços tecnológicos, é possível uma gama infinita de cores, toques e texturas. Estampas que brilham no escuro, que aparecem ou modificam a cor em contato com os raios UV, com glitter, metalizados ou emborrachados, provocam diversas sensações e consistem em ótimas experiências lúdicas, valorizando o produto final. (RÜTHSCHILLING,2008). A empresa procura utilizar ao máximo o que a estamparia oferece, oferecendo assim, inovação e diferenciação ao seus consumidores.

### **Considerações Finais**

O Design Têxtil pode ser um forte aliado para agregar inovação e diferenciação nos produtos de moda. É um campo extremamente amplo, que envolve criatividade, conhecimento, técnicas e processos. Por meio deste estudo de caso, foi possível perceber que o Design Têxtil, apesar de pouco estudado no país, é um real aliado de empresas que buscam em seus produtos a diferenciação que agrega valor e compreender que, quando bem explorada, pode assumir inúmeras formas e texturas, enriquecendo o produto de moda, podendo se tornar o principal aliado na luta para se destacar das demais empresas.

## **Referências**

BAXTER, M. **Projeto de Produto**. São Paulo: Edgar Blücher, 2000.

MARTÍN, M. **Los estampados em la Moda**. Espanha: Evergreen, 2009.

RUBIM, R. **Desenhando a Superfície**. São Paulo: Rosari, 2005.

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