

# As dimensões da qualidade aplicadas ao design de moda

## *Dimensions of quality applied to fashion design*

José Nelson Chaves Almeida

*Universidade Federal de Pernambuco (Centro Acadêmico do Agreste), Brasil*

*teocalmeida@gmail.com*

Marcus Vinícius Nascimento Silva

*Universidade Federal de Pernambuco (Centro Acadêmico do Agreste), Brasil*

*marmrc@gmail.com*

### **Resumo**

Analisaremos as dimensões da qualidade (transcendente, baseada no produto, no valor, no usuário e na produção) aplicadas no Design de Moda, apontando em que campos da indústria da moda cada uma dessas dimensões se apresenta e suas utilidades para a produção de vestuário.

**Palavras-chave:** qualidade; design de moda; indústria de vestuário.

### **Abstract**

We'll analyze the dimensions of quality (transcendent, based on product, on value, on user and on production) applied to Fashion Design, pointing in wich fields of fashions's industry each one of these dimensions are presented and its utilities for clothing production.

**Key words:** quality; fashion design; clothing industry.

### **Introdução**

Hoje em dia, percebe-se um grande interesse das organizações em produzir produtos de qualidade como uma condição *sine qua non*, e não mais uma característica diferenciadora competitiva. Na era da qualidade total, o cliente é o protagonista de todo o processo organizacional, e produzir com qualidade significa atender às necessidades e expectativas do consumidor e tentar superá-las.

O conceito de qualidade possui alguns desdobramentos, dependendo do contexto em que se aplicar. Garvin *apud* Oliveira (2006) identifica cinco diferentes abordagens para a definição da qualidade – transcendental, baseada no produto, no usuário, na produção e no valor. A seguir, analisaremos em que

contextos cada uma dessas dimensões da qualidade se aplicam em diferentes campos da complexa indústria da moda e de vestuário.

## **Metodologia**

Pesquisa qualitativa com base no método hipotético-dedutivo, em que partimos de uma generalização previamente comprovadas pela ciência para uma particularidade. A revisão bibliográfica auxiliou na busca de conceitos e teorias sobre gestão da qualidade que nos permitiram verificar a aplicabilidade destes conceitos em diferentes campos da indústria da moda.

## **Resultados e discussões**

Na dimensão *transcendental*, a qualidade é sinônimo de excelência absoluta. Possui algo de intemporal e duradoura nas obras de alta qualidade, como experiências de arte e luxo. As criações de alta costura estão mais ligadas à visão artística do designer e menos como um bem de consumo propriamente dito devido aos seus preços proibitivos. Elas formam uma espécie de galeria de arte das marcas de luxo, difundindo suas linhas mais acessíveis, e suas peças únicas são confeccionadas como obra de arte. (JONES, 2005; OLIVEIRA, 2006)

A dimensão baseada no *produto* classifica a qualidade de acordo com a quantidade de atributos desejados em um produto. De acordo com essa abordagem, podemos destacar o setor de *workwear*. As roupas de mecânicos, eletricitas e bombeiros devem possuir atributos que funcionem como uma ferramenta. Bolsos e zíperes bem localizados, tecidos anti-chamas e anti-choque fazem uma enorme diferença no cotidiano de trabalho.

A premissa da dimensão baseado *no usuário* é de que o melhor produto é o que atenda melhor aos desejos e necessidades do consumidor. Na moda, o prêt-à-porter de luxo de marcas como Comme des Garçons, Vivienne Westwood e Marc Jacobs possui produtos criativos e diferenciados que refletem os anseios psicológicos e culturais do usuário.

A qualidade baseada na *produção* está diretamente ligada à engenharia, aos processos produtivos e a conformidade com as especificações técnicas. Marcas como Hermès e Lésage de Paris focados numa tradição de artesanato de luxo, ressaltam o *savoir-faire* de seus artesãos e oferecem um produto de

qualidade primorosa, exclusiva e durável para seus consumidores. O rígido controle técnico evita defeitos e, conseqüentemente, leva a menos perdas de custo. Algum dano numa bolsa Birkin pode levar a um prejuízo de, no mínimo, dez mil euros...

A qualidade baseada no *valor* está relacionada à relação de custo-benefício, oferece desempenho a preço ou custo aceitável. Grandes redes de *fast-fashion* como H&M, Zara e Topshop procuram oferecer ao mercado de massa produtos de moda com preços acessíveis e qualidade de confecção satisfatória. O grande problema está quando, para atingir um preço baixo, a companhia precisa sacrificar alguns princípios de qualidade, como gerência participativa, RH, assistência técnica e garantia de qualidade.

### **Considerações finais**

Esta análise nos permitiu enquadrar as cinco dimensões da qualidade na indústria da moda. Isto pode contribuir para que as empresas se situem na indústria e percebam que tipo de abordagem devem adotar para a sua gestão de qualidade adequada. Para trabalhos posteriores, sugerimos uma análise de abordagens híbridas de qualidade.

### **Referências**

- BAUDOT, François. **Moda do século**. Tradução: Maria Teresa Resende Costa. São Paulo: Cosac Naify, 2008.
- OLIVEIRA, Otávio J. **Gestão da qualidade: tópicos avançados**. Otávio J. Oliveira (Org.). São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2006, p-3-20.
- JONES, Sue Jenkyn. **Fashion design – manual do estilista**. Tradução: Iara Biderman. São Paulo: Cosac Naify, 2005.
- UDALE, Jenny. **Fundamentos do design de moda: tecidos e moda**. Porto Alegre: Bookman, 2009.