

DESENVOLVIMENTO DA INDÚSTRIA DE MODA EM CIANORTE, ESTADO DO PARANÁ.

DEVELOPMENT OF THE FASHION INDUSTRY IN CIANORTE, STATE OF PARANÁ

Gilberto Alves¹
João Roberto Fabri²
Juliana Ayumi Kubo²

ALVES, G; FABRI, J. R; KUBO, J. A. Desenvolvimento da indústria de moda em Cianorte, Estado do Paraná. **Akrópolis** Umuarama, v. 17, n. 3, p. 159-165, jul./set. 2009.

RESUMO: Nos anos 70 o município de Cianorte iniciou o seu processo de industrialização, tendo a indústria de confecções como carro chefe deste processo. Atualmente, 30 anos após o início da industrialização, a cidade já é reconhecida como um dos maiores pólos confeccionistas do Brasil. Este trabalho teve como objetivo levantar, por meio de entrevistas com designers de moda, professores de cursos de Moda e com o gerente local do Senai, a atual situação e quais os principais desafios que possui como pólo industrial. As entrevistas levantaram dois focos: o aumento da integração entre os industriais do setor e o desenvolvimento de indústrias mais ligadas ao design, sendo estes os principais desafios levantados pelos entrevistados.

PALAVRAS-CHAVE: Design; Confecções; Moda; Cianorte.

ABSTRACT: In the 1970's the city of Cianorte began its industrialization, and the clothing industry was the flagship of this process. Currently, 30 years after the beginning of industrialization, the city is already recognized as one of the major clothing manufacturing centers in Brazil. This study aimed to survey what the current main challenges faced by Cianorte as an industrial center are, by means of interviewing fashion designers, professors from the Fashion course, and representatives of SENAI. The interviews brought up two conditions: the increase of integration between the industrial sector and the development of fashion-design-related industries, which were then the main challenges raised by the interviewees.

KEYWORDS: Design; Confection; Fashion; Cianorte.

¹Professor Titular do Curso de Moda – UNIPAR – Umuarama, Pr. Praça Mascarenhas de Moraes.

²Acadêmicos do Curso de Moda – UNIPAR – Umuarama, Pr. Participantes do Programa de Bolsas de Iniciação Científica -PIBIC.

INTRODUÇÃO

O município de Cianorte, ao longo de sua história, experimentou uma grande transformação em seu perfil sócioeconômico. De economia eminentemente rural, com a maioria da população residindo em propriedades rurais, a cidade cresceu vertiginosamente na atividade industrial, principalmente motivada pela indústria da confecção. Tal crescimento se deu de forma rápida e constante, apesar das dificuldades econômicas enfrentadas pelo Brasil nas últimas décadas. Hoje a atividade rural representa apenas 8% do PIB do município, sendo que o restante se divide entre os setores da indústria e de serviços, na proporção de 25% e 67%, respectivamente (CIANORTE, 2007).

Cianorte é uma cidade de aproximadamente 50 mil habitantes (IBGE, 2000), denominada a capital nacional do vestuário: é a sexta cidade em atividade industrial do estado do Paraná, onde existem instaladas mais de 350 indústrias do setor têxtil. Está situada no centro de um pólo têxtil que conta com mais de 800 indústrias do setor, responsáveis por aproximadamente 12000 empregos diretos (CIANORTE, 2004, MONTEIRO et al., 2006). Em 1997 foi criado oficialmente o pólo têxtil do Paraná, pela lei nº. 11.720 de 15 de maio de 1997, com sede em Maringá, e abrangendo toda a região noroeste do Paraná, inclusive Cianorte.

Até os anos 70, Cianorte, assim como outras cidades do norte do Paraná, cresceu e prosperou graças ao café, mas no final da década a situação mudou radicalmente, em consequência das geadas e da política econômica do setor. Veio o período de decadência do café e, junto, o desemprego e o êxodo rural. Em meio à crise econômica que atingia os municípios da região, Cianorte buscou uma alternativa para reverter o quadro e apostou na industrialização. Deixando a vocação agrícola um pouco de lado, a cidade passou a investir no setor de Confecções. Empresários, comerciantes e antigos produtores compraram máquinas de costura, construíram fábricas e empregaram mão-de-obra, que, mesmo sem qualificação, aprenderam rapidamente o novo ofício. Hoje, Cianorte se destaca nacionalmente como o maior pólo atacadista de confecções do sul do Brasil, sendo conhecida como "A Capital do Vestuário" (CIANORTE, 2007).

A primeira confecção em Cianorte foi inaugurada em 1978, mas o aglomerado de empresas de Cianorte já existia como uma configuração de "pólo de pequenas empresas" desde meados dos anos 80. Em, 1994, a competição com produtos importados da China e Coréia, devido à abertura comercial promovi-

da pelo governo Collor, provocou grande número de falências. Para se erguer, adotou uma forma competitiva, com uma abordagem mercadológica agressiva - Expovest e Asamoda - que tiveram início nos anos de 1990 e 1999, respectivamente (BNDES, 2004).

O arranjo produtivo de Cianorte, em 2004, foi escolhido pelo Banco Nacional de Desenvolvimento Social como um dos oito Arranjos Produtivos Locais modelo para o país, para o desenvolvimento de uma nova modalidade de financiamento (BNDES, 2004). Além disso, apresenta um setor dominado por indústrias de pequeno e médio porte, que cada vez mais necessitam de profissionalização de seus processos produtivos e administrativos. Por outro lado, seus produtos vêm ganhando espaço no mercado nacional e internacional, havendo exportações para os Estados Unidos, Portugal e Espanha (SINVEST, 2007).

A cadeia de produção do setor têxtil começa com o desenvolvimento da criação. Em Cianorte utiliza-se mão-de-obra local, boa parte vindoura dos cursos de Moda e Estilo da UNIPAR (Universidade Paranaense) e UEM (Universidade Estadual de Maringá) instaladas no município. Possui mão-de-obra farta, apesar de deficiente. Para resolver o problema, a Administração Municipal oferece cursos de qualificação profissional na área de modelagem, costura industrial e demais segmentos, através da Estação de Ofício e entidades privadas, como o SENAI/Pr e SEBRAE (CIANORTE, 2007).

Nos últimos 25 anos, consolidou-se como pólo regional da indústria de confecção, contando hoje com aproximadamente 350 empresas confeccionistas. Oferece ainda um bem montado sistema de atendimento ao comprador atacadista, com transporte interligando os 5 (cinco) shoppings atacadistas e a Rua da Moda, perfazendo um total de 350 lojas, com as mais diferentes grifes e tendências de moda (CIANORTE, 2007).

As empresas que atuam no setor de confecções se caracterizam, dentre outros aspectos, pela diversificação de produtos fabricados e pela preocupação em atender as mudanças em seu mercado consumidor (CALLADO et al., 2003), desta forma, o "Designer" de Moda é uma peça fundamental no processo de produção de Moda.

O "designer" de moda é o profissional que trabalha com a criação dos produtos de uma empresa, independentemente do mercado a ser atingido. De sua pesquisa e desenvolvimento que serão desenvolvidos os produtos para a produção em massa, ele normalmente determina os materiais a serem usados numa coleção, devendo então manter se atualizado com as últimas tendências de mercado (FEGHALI & DWYER, 2001).

A produção em massa de roupas tem seu início nos Estados Unidos da América, no pós-guerra. Por volta de 1944, a indústria de confecções americana torna operacionais as séries em grande escala, de cunho estético adaptado, um fato que a Europa desconhecia. Todas as operações são racionalizadas: os pedaços do quebra-cabeça, divididos em grandes peças, são cortados industrialmente – cada peça de roupa é montada em cadeia. Fazem-se todas as combinações possíveis de cores e desenhos, chegando a uma grande diversidade, a partir de formas básicas. Por fim, racionalizam-se tamanhos, para que se adaptem a quase todos os tipos de corpos, com base em medidas perfeitamente codificadas de busto, cintura e quadris. Nasce assim o “prêt-à-porter” (VINCENT-RICARD, 2002).

O termo “prêt-à-porter” foi lançado em 1948, por Jean Claude Weill. Em sua tradução literal poderia ser “pronto para usar”. Nasce assim a produção industrial de roupas, que é adotada na maior parte das confecções, incluindo aí as instaladas em Cianorte, objeto de estudo deste trabalho. Juntamente com a produção industrial em série de roupas, surge o estilista industrial, atualmente denominado “designer” de moda, cuja formação profissional hoje é realizada em instituições de ensino superior.

O objetivo deste trabalho foi avaliar por meio de entrevistas, a situação atual e os desafios atuais que devem ser vencidos no pólo confeccionista de Cianorte.

METODOLOGIA

Para a realização deste trabalho foram realizadas entrevistas dirigidas, que são um tipo de comunicação entre um pesquisador que pretende colher informações sobre fenômenos e indivíduos que detenham essas informações e possam emití-las. As informações colhidas sobre fatos e opiniões deve constituir-se em indicadores de variáveis que se pretende explicar. É, pois, um diálogo preparado com objetivos definidos e uma estratégia de trabalho (CHIZZOTTI, 2005).

As entrevistas dirigidas foram realizadas com diferentes sujeitos pertencentes às confecções de Cianorte. Para participação neste trabalho, os pesquisadores foram convidados por contato telefônico. Uma vez aceito o convite, foi agendada uma primeira entrevista para explicações do objetivo, metodologia do trabalho e apresentação do questionário. Uma vez que houvesse concordância com a participação, seria entregue o termo de consentimento aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa Envolvendo Seres Humanos (CEPEH) da UNIPAR e a entrevista realizada

imediatamente.

As entrevistas foram armazenadas em gravador de voz e posteriormente transcritas, para a avaliação das respostas.

DESENVOLVIMENTO

De acordo com o Representante do SENAI, o órgão exerce atividades na qualificação de profissionais para as indústrias confeccionistas, não só para Cianorte, mas para toda a região.

O Senai hoje atua com dois focos principais: um seria a formação e qualificação de mão-de-obra, visando toda a indústria na nossa região. Principalmente as nossas atividades estão focadas para a área do vestuário, porque é o nosso foco econômico. É o maior desenvolvimento, não só em Cianorte, mas dentro dos doze municípios da nossa microrregião. Hoje o Senai tem essa atuação de qualificação de formação de mão-de-obra, proporciona treinamentos, cursos de qualificação desde o nível básico, passando pelas modalidades de aprendizagem, que seria a formação de mão-de-obra, que são adolescentes, jovens, de 14 até 24 anos. Nós temos um programa frequente já há alguns anos. Temos a modalidade de qualificação e treinamento, que são cursos de pequena e média duração, que vão de 20 a 250 horas, montados dentro da característica do setor, cursos que são muito mais usados, cursos que dependendo da mão-de-obra que necessite ser qualificada ou formada, tem um caminho mais longo, uma carga horária extensa e contínua. Por exemplo, modelagem é um curso que inicialmente tinha 300 horas.

Hoje nós atuamos com cinco cursos de sessenta horas, que modularizaram. Você conhece bem isso. Por causa da nossa característica da indústria, atendendo à necessidade da empresa. Quem lida com moda feminina não precisa da modelagem masculina, ou da lingerie. Então, o que acontece? A pessoa vinha, começava a frequentar um curso, parava: “Não, eu já aprendi o que queria”. Então nós o modularizamos, e temos outros, exemplos.

Nós temos esses de qualificação e treinamento, que podem ser de 20 a 200, 250 horas, 300 horas. Temos cursos de nível técnico, que são de formação técnica, o pós-médio, e temos (não na unidade de Cianorte), cursos de pós graduação. Hoje nós temos o nível técnico de confecção industrial na unidade de Cianorte, que já realizou três cursos. Neste momento, não há nenhum em andamento e temos em algumas unidades, também pós-graduação. Temos tanto, o nível técnico, quanto o tecnológico. É há uma previsão de que, talvez, no futuro, entre com graduação. Estamos atuando também com cursos à distância. Essa é a parte de formação. Outra parte de atuação do Senai é a parte de consultoria, que nós desenvolvemos dentro da indústria de confecção da produ-

ção à criação. Enfim, todo processo produtivo que envolve uma indústria de confecção é abrangido por profissionais, não por um só, mas por toda uma equipe, dentro da sua competência.

A indústria de confecções faz intenso uso de mão de obra e tem como característica estrutural básica a grande heterogeneidade de unidades fabris, isto é, escalas encontradas no setor variam bastante. Internacionalmente, encontram-se no setor firmas que empregam desde menos de 10 trabalhadores até mais de 40000 (BASTOS, 1993).

Sobre o papel do designer de Moda no atual posicionamento da indústria confeccionista de Cianorte, as respostas de um professor de um dos cursos de Moda e do representante do SENAI foram, respectivamente:

A função do designer, principalmente, é de trocar essa idéia de "Cianorte como pólo confeccionista", porque Cianorte não pode mais ser visto como pólo de confecção. Desde que nós tenhamos aqui duas faculdades de Moda, ela tem que passar a ser criadora de Moda e não apenas faccionista de roupa, ser só apenas máquina e olhar a produção. A função do designer é realmente estar criando e desenvolvendo novos produtos, com qualidade, para o mercado interno e externo. Antes era muita cópia. Se você for aos shoppings, você olha numa vitrine e vê a mesma coisa, que você vê nas outras. Função do designer é isso, é mudar, é pensar num produto mais com a cara do cliente. Quem é realmente o meu cliente? Não é porque aquela vitrine mostra tal roupa que aquilo também vai servir. O Brasil tem crescido muito. Você vê o Brasil lá fora, grandes nomes se destacando. Nós temos tido bastante participação em concursos, que tem mostrado e gratificado os alunos, não só do Paraná, mas de diversos estados. Você nota que esta parte do Brasil tem se elevado bastante.

Eu acho que ainda há uma falta muito grande de designers. O profissional designer de moda cada vez mais está sendo requisitado pelas indústrias. Há uma evolução das características. Quando começaram, as indústrias de confecção, a atuar em Cianorte, não tinham o conceito de criar moda. Eles estavam fazendo, fabricando roupas, o que até hoje acontece. Muitas das indústrias hoje da região, aqui de Cianorte (seiscentas indústrias de confecção), grande parte delas ainda são facções, costurando para criadores de moda. É claro que nós temos empresas que se destacam dentro da nossa região, na verdade, as indústrias estão evoluindo, estão começando a "criar moda" a "fazer moda". O designer da moda é um profissional cada vez mais requisitado e necessário para a evolução da indústria da confecção. Não só na criação, porque ser designer de moda não é só criar moda, não é só fazer o tecido, ele tem muitos ramos de atuação.

Por exemplo, a indústria têxtil pesquisa

desenvolvimento de novos tecidos, padronagens e uma série de coisas. O designer, fazendo uma analogia, pode ser um clínico geral, e ter o conhecimento de tudo, pode ser um pesquisador, ou se especializar dentro de um determinado setor numa determinada atuação. Por exemplo, na indústria têxtil, criar tecido, desenvolver tecnologia, padronagem específica, criação da moda, criação de peças, roupas do vestuário. Um tecido que esteja sendo tendência, de acordo com o nosso clima, uma pesquisa, parte de um processo em relação ao anterior, que foi realizado por outro designer, e ele cria as peças, as roupas do vestuário. Há pessoas que sabem criar maravilhosamente bem outro profissional que necessariamente não cria, mas também tem que ter um foco, quem é o designer, a imagem da moda. Para você mostrar a moda hoje, para comunicar com o seu público, não basta ser um comunicador. Porque, se você vai montar um catálogo, é mais do que você saber se a luz está boa, se o foco está bom. É a comunicação, é como aquela peça, como aquela tendência vai se comunicar com aquele público. Como eu vou dizer que determinada coleção vai servir especificamente para um público jovem, da classe A, B ou C, como vou comunicar? Eu acho que, além de ser feita por um comunicador, isso tem que ser feito por alguém da moda.

Nas duas respostas pode ser constatada a preocupação com o fato de Cianorte não ser ainda um local de criação de moda, ou seja, um pólo de design e sim um pólo de confecções, pois em várias empresas ainda permanece a cultura da cópia. De acordo com Bürdek (2006), uma abrangente, e por isso mesmo muito útil, descrição de Design foi elaborada pelo International Design Center de Berlim, em 1979, por ocasião de uma de suas exposições:

- Bom design não se limita a uma técnica de empacotamento. Ele precisa expressar as particularidades de cada produto, por meio de uma configuração própria.

- Ele deve tornar visível a função do produto, seu manejo, para ensejar uma clara leitura do usuário.

- Bom design deve tornar transparente o estado mais atual do desenvolvimento da técnica.

- Ele não deve se ater apenas ao produto em si, mas deve responder às questões do meio ambiente, da economia de energia, da reutilização, de duração e de ergonomia.

- O bom design deve fazer da relação do homem e do objeto o ponto de partida da configuração, especialmente nos aspectos da medicina do trabalho e da percepção.

O pólo confeccionista de Cianorte ainda é muito recente, com aproximadamente 40 anos. Devido a isso, com certeza ainda possui desafios a serem superados. Quando questionados sobre esses

desafios, as respostas de um professor de Moda e do representante do SENAI foram as seguintes:

O grande desafio aqui, que se nota, é unir as categorias, unir sindicatos, unir os shoppings. Existem muitas divergências de idéias, entre shoppings, entre donos de fábricas, entre APLs. É por exemplo, conseguir a união desses setores aqui em Cianorte.

Se essa união acontecesse, todo mundo trabalhar realmente em prol de Cianorte, porque se investe aqui, mas se investe em Maringá, tem loja aqui, mas tem loja em Maringá. Qual é a estrutura melhor? A de Maringá. Se ele tem essa loja lá em Maringá, o que ele vem fazer aqui em Cianorte?

Por exemplo, está acontecendo a semana de moda lá em Maringá, que dá de dez a zero, e justamente isso acontece porque não existe essa união dos setores. Quando um tem uma idéia, o outro vem e boicota. É Complicado!

Eu acho que o grande desafio, realmente, é marcar o nome de Cianorte no cenário nacional, é fazer efetivamente a moda, é utilizar-se de profissionais para criar mesmo, é desenvolver produto, desenvolver tendência. Eu vejo muita gente dizer que está criando moda, mas grande parte hoje copia. Ainda há o desafio da indústria para quem quer essa fatia e, para definir efetivamente o que ela quer com o seu produto, não basta atirar pra tudo quanto é lado. Eu vejo muitos fazendo uma atuação muito grande, mas, ainda, o setor precisa se unir e se entender. Talvez isso venha do processo de formação dos nossos empresários. Nós temos empresários com visão, com conhecimento, mas temos muitas empresas sem pessoas capacitadas para serem empresários.

O empresário tem que ser empresário mesmo, saber que a empresa necessita disso, daquilo, de profissionais capacitados, com o seguinte discurso: "Vamos atuar nesse setor. Vamos especificamente construir a empresa e a marca para trabalhar com isso".

Foco. Falta foco, para a empresa ainda, mais muito mais a união. Em Cianorte, se o setor do vestuário fosse mais unido, seria muito mais proveitoso para todos. Todos tem a ganhar com isso. Ainda há disputa de blocos. Há uma setorização dentro do próprio setor.

Nós temos hoje um espaço privilegiado, Cianorte é reconhecida, mas tem muito a crescer, tem muito a ganhar. Se tiver uma consciência empresarial, de união, fortalecimento, de criação, definição de foco, a indústria da nossa região ainda tem muito a crescer.

O que fica claro nestas entrevistas é a falta de união entre os industriais, o que, segundo os entrevistados, iria aumentar a força e a visibilidade das indústrias de Cianorte. Com base nisso foi implantado em Cianorte o Arranjo Produtivo Local. Porém, este APL ainda enfrenta resistência de alguns empresários. Outra vez é levantada a questão de Cianorte

investir mais no desenvolvimento e geração de design.

Estas preocupações também foram relatadas entre os designers entrevistados, conforme pode ser constatado nas respostas de dois deles.

São muitos, muitos mesmo. Falta às pessoas se atualizar mais sobre o design de moda, independentemente de serem formados aqui ou não. Acredito que falta às pessoas se informar mais, porque hoje em dia é a realidade de Cianorte. Não querendo criticar mas, o dono, às vezes, é analfabeto e a mulher também não tem uma escolaridade superior e são os "designers" de moda da empresa. Isso é realidade. Uma pessoa que não tem profundo conhecimento de moda vira um designer de moda em Cianorte. Isso é um grande problema que a gente está tentando trabalhar, só que vai ser difícil. Falta informação, falta a pessoa se informar mais, correr mais atrás a respeito de moda.

Eu penso que tem um grande problema em relação à política. A moda é assim: é um grupinho. Cada um trabalha em separado, um querendo mais que o outro e tem que ter uma união. Existem APLS em cada região, que juntam forças para conseguir crescer. Não é a toa que Maringá está quase se destacando como capital da moda, porque eles conseguem se juntar e tentar algo mais, falta muito disso.

Cianorte tem que se conscientizar de que uma empresa e um profissional dependem do outro. Sozinho ninguém vai fazer nada. Esse é o grande desafio. No dia em que todos param para analisar que Cianorte tem potencial, tem qualidade tem ótimos profissionais e se unirem em vez de ficarem disputando e querendo um derrubar o outro, Cianorte vai ter muito mais pra oferecer para quem vem para cá em busca de um bom produto e para as pessoas que estão aqui também se profissionalizando, porque aqui é uma escola, na verdade. Quem passa por Cianorte pode ir pra qualquer outro canto do país ou do mundo, que vai se dar bem, porque é muito bom, tem muita estrutura, por ser uma cidade tão nova nesse ramo.

Sobre o papel do designer de Moda no atual posicionamento da indústria confeccionista de Cianorte, as respostas de três designers foram:

Um papel fundamental, pode-se dizer, porque é através dos designers de moda que Cianorte hoje conseguiu conquistar um espaço ainda melhor. Se a gente for analisar, grosso modo, Cianorte não faz moda, faz roupa, costura, roupa é um pólo de costurar roupa, não de fazer moda. Graças às faculdades que tem aqui e todos esses profissionais que as universidades estão jogando no mercado, e que estão vindo com uma visão diferente de fazer estilo, construir uma marca e uma imagem para a cidade.

Cianorte é uma cidade muito abençoada,

no sentido de que tudo o que se produz aqui se consegue vender. A inserção de profissionais de moda no mercado diminuiu sensivelmente o risco de colocar no mercado produtos que pudessem fracassar lá na frente. A vantagem de ter um profissional com formação dentro da empresa é minimizar risco, gasto, ser mais objetivo, mais rápido e conquistar maior mercado.

Eu acredito que o designer de moda de Cianorte tem uma visão mais de produtividade, porque, fora do estado, nós somos muito conhecidos pela qualidade de produção. O que seria isso? Qualidade das roupas. Eu acredito que o designer de moda aqui de Cianorte tem mais conhecimentos de produção. Lógico que falta um pouco na gente em questão de tendência, de tema, aquela coisa mais fantasiosa da moda, mas a partir da produção nós somos muito eficazes. Acredito que isso seja uma qualidade do designer de moda daqui.

Isso é fundamental. Não é a toa que a gente já está bem conhecido a respeito disso, da qualidade, mas falta um pouquinho daquilo que eu te disse da tendência, daquele lado mais bonito da moda.

Acredito que falta muito ainda para aprender. Não é a toa que, quando eu sai daqui, com a Pós que eu fiz, tive visões de outras pessoas, vi que falta muito a aprender ainda, independentemente de ser bacharel ou técnico. Em relação a isso eu acredito que falta muito a aprender, tanto na parte de produção, de confecção, chão de fábrica, eu acredito que a universidade explica muito bem, mas em relação a você criticar a moda, conhecer que a moda é totalmente complexa, que a moda é a moda. Isso falta dentro das universidades, saber o que é a moda.

A questão da formação de designers de Moda mais uma vez permeia as respostas. No caso dos profissionais, são eles que vivem o dia a dia das indústrias e o seu funcionamento. Como provavelmente não seja permitido a eles colocarem no dia a dia da empresa conceitos estudados durante a formação acadêmica, como a pesquisa de Moda, desenvolvimento de temas específicos para públicos específicos, isso deva causar uma sensação de não aproveitamento total dos conhecimentos obtidos na faculdade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

De acordo com as colocações encontradas nestas entrevistas, pode-se constatar que o pólo confeccionista de Cianorte ainda possui alguns desafios, principalmente a adoção de um sistema que integre as indústrias e que possibilite uma maior visibilidade da cidade e de suas empresas. Outro fator desafiante será a mudança de Cianorte, de pólo de confecções

para um pólo de design, incorporando aí a pesquisa e desenvolvimento de produtos, dentro dos conceitos contemporâneos de Design.

Como se trata de um pólo muito recente, esses são somente alguns desafios que permeiam as indústrias, pois outros existem e, com o tempo, novos desafios serão criados.

REFERÊNCIAS

BASTOS, V. **Estudo da competitividade da indústria brasileira**: competitividade da indústria de vestuário, nota técnica setorial. Campinas: IE/Unicamp, 1993.

BNDES. **Cianorte**: capital do vestuário. 2003. Disponível em: <<http://www.bnades.gov.br/conhecimento/seminario/apl21.pdf>>. Acesso em: 15 jul. 2007.

BÜRDEK, B. E. **Design**: história, teoria e prática do design de produtos. São Paulo: Edgar Blücher, 2006. 496 p.

CALLADO, A. L. C.; MIRANDA, L. C.; CALLADO, A. A. C. Fatores associados à gestão de custos: um estudo nas micro e pequenas empresas do setor de confecções. **Revista Produção**, v. 13, n. 1, p. 64-75, 2003.

CHIZZOTTI, A. **Pesquisa em ciências humanas e sociais**. 7. ed. São Paulo: Cortez, 2005. 164 p.

CIANORTE. Secretaria Municipal da Indústria, Comércio e Turismo. **Indústria e comércio de Cianorte**. Cianorte, 2004. Disponível em: <http://www.cianorte.pr.gov.br/cianorte_comercio.php>. Acesso em: 15 jul. 2007.

CIANORTE. **História de Cianorte**. Cianorte, 2004. Disponível em: <http://www.cianorte.pr.gov.br/cianorte_historia_cianorte.php>. Acesso em: 25 jul. 2007.

FEGHALI, M. K.; DWYER, D. **As engrenagens da moda**. Rio de Janeiro: SENAC, 2001. 115 p.

MONTEIRO, C. C. F. et al. Análise do posto de trabalho das costureiras da indústria de confecções de Cianorte/Pr: aplicando a metodologia do Finnish Institute of Occupational Health. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA & DESENVOLVIMENTO EM DESIGN, 7., 2006, Curitiba. **Anais...** Curitiba, 2006.

VINCENT-RICARD, F. **As espirais da moda**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2002. 249 p.

DESARROLLO DE LA INDUSTRIA DE MODA EN CIANORTE, ESTADO DEL PARANÁ

RESUMEN: En los años 70 el municipio de Cianorte comenzó su proceso de industrialización, siendo la industria de confecciones la principal de este proceso. Actualmente, 30 años tras el inicio de la industrialización, la ciudad ya es reconocida como uno de los mayores polos de confecciones de Brasil. Este trabajo tuvo como objeto levantar, por medio de entrevistas con diseñadores de moda, profesores de cursos de Moda y con el gerente local del Senai, la actual situación y los principales retos que tiene como polo industrial. Las entrevistas plantearon dos focos: el aumento de la integración entre los sectores industriales y el desarrollo de industrias vinculadas al diseño, siendo estos los principales retos planteados por los entrevistados.

PALABRAS CLAVE: Diseño; Confecciones; Moda; Cianorte.