

ASSESSORIA EM MODA: RELATO DE PROCESSO EM UM PROJETO DE EXTENSÃO*FASHION ADVICE: PROCESS REPORTS IN AN EXTENSION PROJECT*Arina Blum¹Marthinha Aparecyda Perão Dadam²

RESUMO: O têxtil, o design e a moda são temas presentes no cotidiano de Brusque, município catarinense localizada no Vale do Itajaí. Há mais de 120 anos, quando a primeira fábrica têxtil foi implantada na cidade, a indústria voltada à moda vem consolidando a história da cidade e representa, hoje, a principal economia brusquense, especialmente em torno do comércio de vestuário, este denominado de “pronta entrega”. Nesse contexto, estabeleceu-se um projeto que visava prestar assessoramento em termos de moda e, focando a extensão, dar apoio a outros projetos internos ou externos à academia, no intuito de promover a troca de conhecimentos tão necessária entre os atores sociais. Este artigo traz o relato desse processo, com o objetivo de contar as ações projetadas e as de fato realizadas. Divido em três etapas de ação – sendo essas as fases nas quais se efetivou o projeto – o processo contou com metodologia de cunho misto, sendo o levantamento quantitativo utilizado para uma análise de campo e o qualitativo, a fim de explorar aspectos históricos obtidos a partir de levantamento bibliográfico e análise documental. Os resultados demonstraram a abrangência positiva da moda em termos de campo de saber e indicaram algumas possibilidades de trabalhos de extensão possíveis de serem aplicados na região.

PALAVRAS-CHAVE: *Moda. Design. Projeto. Extensão.*

ABSTRACT: *Textile design and fashion are topics present in Brusque's every day, a town from Itajaí Valley, in Santa Catarina. For over 120 years, since the first textile industry was set up in town, fashion companies have consolidated town's history, and they represent, today, the leading economy in Brusque, especially around the clothing trade known as “immediate delivery”. In this context, it was created a project which aimed to provide adequate advices in terms of fashion and, focusing the extension, support inside or outside school projects, in order to promote the exchange of knowledge among society. This study reports this process, aiming to relate the projected actions and the actions that were actually carried out. Divided into three steps – being these the stages in which the project was materialized – the procedure counted on a mix methodology, in which the quantitative survey was used for field analysis and the qualitative one was chosen to explore historical aspects obtained by bibliographic review and documentary analysis. The findings showed a positive fashion extent in terms of field knowledge and they also indicated some possibilities of extension work that may be implemented in the local area.*

KEY-WORDS: *Fashion. Design. Project. Extension.*

1 INTRODUÇÃO

A indústria têxtil é uma das bases econômicas da cidade de Brusque, SC, acompanhada da indústria metal mecânica e serviços (BRUSQUE, 2011). Segundo dados constantes no site oficial da Prefeitura Municipal de Brusque, a cidade conta com 7.217 empresas instaladas no seu território,

1 Mestre em Design. Docente no Centro Universitário de Brusque (UNIFEBE). arina@unifebe.edu.br

2 Acadêmica de Design de Moda. Centro Universitário de Brusque (UNIFEBE). thynhasjb@hotmail.com

e 33% do faturamento municipal provêm das 290 Indústrias Têxteis e 10,3% das 800 Indústrias do Vestuário. Os demais municípios que cercam a cidade, também possuem forte ligação com a indústria da Moda, e acredita-se que, tanto em Brusque quanto nas demais cidades da região, ainda há um número considerável de pequenas e médias empresas que trabalham diretamente com Moda, porém atuam desamparadas de mão de obra qualificada ou de acesso às metodologias projetuais tecnicamente viáveis e baseadas em informações atuais.

Foram com essas informações que, no ano de 2011, iniciou-se um projeto de extensão que visava assessorar empresas no desenvolvimento de produtos de moda, primando pela troca de conhecimentos entre academia e empresariado regional. Entre os objetivos específicos desse projeto, estavam identificar demanda de empresas; tornar público, regionalmente, os objetivos e resultados do projeto; captar recurso financeiro que sustente a realização das consultorias; promover a relação entre o meio acadêmico e o empresariado regional; intensificar a utilização dos laboratórios da instituição; possibilitar o acesso a materiais que venham a complementar o acervo da UNIFEBE (instituição que abrigou o projeto em questão), em termos técnicos e acadêmicos, na área de Moda; gerar cases, por meio das assessorias, que contribuam para projetos de iniciação científica.

Apoiado pela Bolsa de Estudo do Artigo 171 da Constituição Estadual, que instituiu o Programa de Bolsas do Fundo de Apoio à Manutenção e ao Desenvolvimento da Educação Superior – FUMDES, o projeto, então intitulado “Assessoria no Desenvolvimento de Produtos de Moda para micro, pequenas e médias empresas de Brusque e região” estava dividido nas seguintes etapas: (1) Estruturação; (2) Projetação; (3) Registro; (4) Divulgação. As atividades foram iniciadas no ano corrente de 2011, quando se efetivou a primeira etapa do projeto, ou seja, a fase de estruturação. Baseando-se nos resultados obtidos nessa primeira etapa, o projeto passou, no entanto, por algumas adaptações.

Necessárias para não permitir a descontinuidade do estudo proposto, que enfrentou barreiras de sustentabilidade em termos financeiros que ele passaria a exigir, as adaptações se concentraram, assim, no objetivo de assessorar, de forma ampla, projetos de moda. Sem perder o foco no contexto social para qual ele foi pensado, o projeto voltou-se apoiar outros estudos que vinham ao encontro da extensão como meio de troca de conhecimentos entre comunidade e instituição de ensino. De tal modo, valendo-se de uma metodologia mista, usando o levantamento quantitativo na primeira etapa e o qualitativo – por meio de coleta de dados bibliográficos e documentais – a pesquisa foi reproposta e será, neste artigo, relatada mediante a seguinte estrutura: Aspectos gerais do projeto (projeções e adaptações); Etapa de estruturação (Brusque e a moda hoje); Etapa de contextualização histórica (dividida em relato sobre a implantação da indústria e do comércio de moda).

2 ASPECTOS GERAIS DO PROJETO: PROJEÇÕES E ADAPTAÇÕES

Uma nova concepção do setor e do fenômeno da moda como sinônimo de grande negócio tem favorecido, segundo Cidreira (2005, p.67), o crescimento da área com abrangência a setores bem diversificados – desde o mercado editorial, metalúrgico, artístico e os nichos específicos do setor do vestuário (feminino, masculino, infantil, adolescente, etc.) e de decoração. Cidreira destaca que, por outro lado, tal crescimento ainda requer complementação e investimento na modernização, sobretudo tecnológica. Esse fator vem ao encontro do mapa estratégico do setor têxtil e de confecção, traçado pela ABDI (Agência Brasileira de Desenvolvimento Industrial) para os anos de 2013 a 2018. O mapa destaca seis dimensões estratégicas – (1) Mercado; (2) Tecnologia; (3) Investimento; (4) Talentos; (5) Infraestrutura Física; (6) Infraestrutura Político-Institucional – sendo de interesse do presente projeto especialmente as dimensões 2 e 4 que abrangem: para “Tecnologia” a diretriz de “promover a identificação de tecnologias-chave e de linhas de pesquisa estratégicas para o desenvolvimento do setor” e para “Talentos” o direcionamento de “promover iniciativas conjuntas entre governo, academia e empresas para atrair e reter talento em áreas estratégicas de conhecimento técnico e científico” (ABDI, 2010, p.35).

Dessa forma, entendendo que o Design – intrínseco nos processos projetuais de Moda – é uma atividade que objetiva estabelecer qualidades multifacetadas de objetos, processos, serviços e seus sistemas em ciclos de vida completos e que, portanto, “design é o fator central da humanização inovadora de tecnologias e o fator crucial do intercâmbio cultural e econômico” (MOZOTA, 2011, p.16), o assessoramento no desenvolvimento de produtos para empresas de Brusque e região estabelece relação direta e necessária com a realidade observada nessa localidade e, também, com as diretrizes nacionais traçadas para o setor. O projeto e seu meio de aplicação vem ao encontro, ainda, do próprio entendimento acerca do desenvolvimento de produtos nas empresas, fato destacado por Romeiro Filho *et al* (2010, p.10), que afirmam a própria necessidade de parcerias, na medida que o projeto de produto não é uma atividade individual ou isolada na empresa, mas cada vez mais “uma atividade desenvolvida a partir da articulação entre grupos maiores e menores, de acordo com as necessidades do produto e possibilidades da empresa (ou empresas) envolvida(s) no processo”.

Sendo o Design – e sua vinculação à Moda – uma linguagem da cultura contemporânea que comprovadamente pode criar a diferença - o investimento em Design é importante para a própria identidade cultural de um povo (CALDAS, 2006, p.148). Importa destacar, dessa forma, que parcerias estabelecidas com empresas em uma determinada região fortalecem o contato do meio acadêmico com a realidade mercadológica, permitindo que os envolvidos no processo (especialmente o público discente e docente) tenham acesso direto aos fatores sociais, econômicos e culturais da região em que vivem. Por outro lado, não menos importante, as empresas passam a vivenciar ativamente a realidade acadêmica e científica, o que estabelece uma interessante relação extensionista alicerçada na troca de conhecimentos, base própria das instituições de cunho comunitário, caso da UNIFEBE, centro universitário berço do projeto aqui relatado.

Os parágrafos acima relatam o contexto e o referencial teórico pelo qual o projeto de assessoria foi previsto. É importante destacar esse conjunto de informações que embasaram a então proposição do projeto, pois foi com base neles que, também, posteriormente, foram pensadas e efetivadas algumas adaptações. Na projeção inicial do projeto de extensão que aqui está sendo relatado, quatro etapas de ação foram programadas, sendo elas: (1) Estruturação; (2) Projetação; (3) Registro; (4) Divulgação.

A etapa de Estruturação previa: identificação da demanda (levantamento baseado na identificação de empresas-alvo); visitas às empresas (registro de interesses e de demandas projetuais); a definição de estratégia (estruturação de cronograma de assessoramento e definição de parcerias).

A Projetação, segunda etapa, tinha o intuito de cumprir os seguintes caminhos: efetivação de contrato (tratativas legais para estabelecimento de contrapartidas); levantamento de dados (detalhamento na empresa da estrutura que envolve o projeto); desenvolvimento projetual (definição e efetivação da prática metodológica-projetual) e implementação na empresa (acompanhamento da implantação na empresa e/ou pela empresa).

Em seguida, o projeto contava com a etapa de registro, quando teriam as fases de descrição do processo (detalhamento de todo material utilizado e desenvolvido para os itens anteriores) e análise do processo (crítica ao processo de assessoramento, destacando ganhos e melhorias necessárias). Ao término dessa fase, a etapa de Divulgação daria conta da documentação do processo (registro por meio de relatórios e/ou artigos) e da comunicação dos resultados (publicação dos resultados e análises para continuidade).

Seguindo o cronograma previsto no projeto, realizou-se a primeira etapa da pesquisa, quando, na Estruturação, identificou-se a demanda através de uma pesquisa de campo, fizeram-se visitas às empresas onde se buscou constatar interesses e demandas projetuais. Passando para a última parte da primeira etapa do projeto, foi elaborada a estrutura de ação que contava, primeiramente, com a definição de um orçamento-base para atender as micro e pequenas empresas. Nessa fase, no entanto, o projeto precisou ser repensado. Apoiado nos estudos elaborados pelo setor financeiro da instituição, a aplicação de projetos de assessoria, que neste caso dependiam de uma contrapartida financeira por parte das empresas assessoradas, tornou-se de alto custo para

elas. Não tendo, a instituição, condições de arcar sozinha os custos que proviriam das consultorias a essas empresas, o projeto foi então adaptado.

As principais adaptações se concentraram na então chamada etapa de Projeção. Sem perder o foco nos objetivos específicos propostos no projeto e sem acarretar grandes mudanças ao objetivo geral proposto, mantiveram-se o contexto pensando, mas alteraram-se os objetos de assessoria. Em vez de apoiar micro e pequenas empresas – fator que gerariam custos não possíveis de serem arcados – o projeto passou a assessorar levantamentos, especialmente históricos, que servem, em termos de consultoria, para embasar o entendimento da realidade social e econômica de Brusque hoje, e essas são informações muito pertinentes a qualquer modelo de assessoria de design ou de moda.

Assim, com os dados do presente – aqueles que serão relatados a seguir, no tópico *Etapa de estruturação (Brusque e a moda hoje)* – em correlação com os dados de busca da história que deu origem a relação da Brusque com a moda e com o têxtil (aspectos que serão contados no item *Etapa de contextualização histórica*), o projeto de extensão pôde ser efetivamente concluído, tendo ganhos em termos de informações que poderiam, e foram, compartilhadas e conseguidas em parceria com a comunidade.

3 ETAPA DE ESTRUTURAÇÃO: BRUSQUE E A MODA HOJE

Em 04 de agosto de 1860 chegavam à Colônia Itajaí, futura Brusque, os primeiros colonizadores. A princípio vivendo apenas das pequenas produções de farinha de mandioca, açúcar e aguardente, arroz, milho e café, pura e simplesmente para consumo próprio, Brusque teve sua ascensão industrial apenas no início do século XX. (CABRAL, 1958, p.3-10 e HERING, 1987, p.9-20). A cidade de Brusque conta, hoje, com milhares de empresas instaladas no seu território, muitas dessas no ramo têxtil e de vestuário, focando a moda. Acredita-se que muitas dessas empresas não contam com mão de obra qualificada, logo seus produtos não apresentam aspectos de diferenciação em relação aos demais dispostos no mercado.

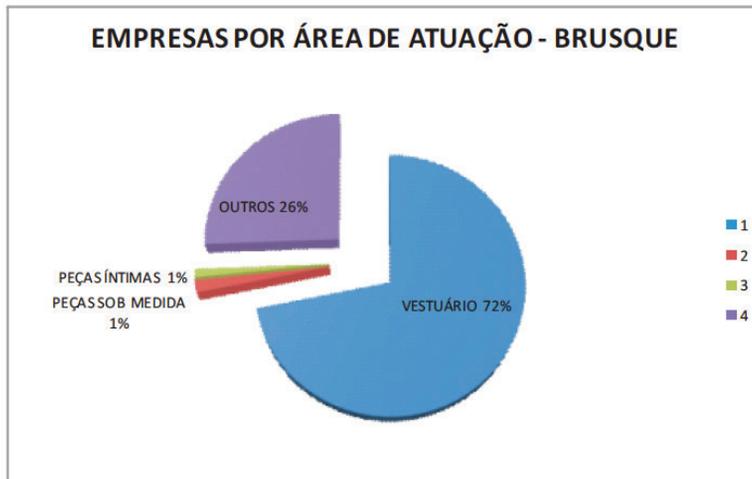
Foram dessas hipóteses que a primeira parte do projeto³ partiu. Buscando, na ocasião, assessorar, na área de moda, algumas das micro, pequenas e médias empresas de Brusque e região, esta etapa se concentrou no levantamento de dados acerca das atuais empresas têxteis e de moda presentes no território de Brusque e seus O objetivo, nesse momento do projeto, era colher dados quanto ao número de empresas do ramo presentes na região, focando especialmente a cidade de Brusque.

Para tanto, nessa etapa, utilizou-se uma pesquisa exploratória, investigando as informações constantes nos sítios do município e das principais entidades de classe de Brusque e região, além de contar como dados fornecidos diretamente pela prefeitura de Brusque. Os dados sofreram tratamento estatístico e embasaram resultados que deram parâmetro às próximas etapas do projeto.

A seguir, as figuras indicam alguns destaques do estudo: análise estatística das empresas, por áreas de atuação, presentes na cidade de Brusque (Figura 1); o índice, em termos de proporção de habitantes, de Brusque e outras cidades da região, em relação ao número de empresas (Figura 2); divisão estatística de empresas por ramo na área têxtil e de vestuário (Figura 3). Destaque para essa última, que totalizou o levantamento de 1137 (mil cento e trinta e sete) empresas divididas nos seguintes ramos: Vestuário (787 empresas); Preparação e fiação de fibras (113 empresas); Fabricação de tecidos de malha (51 empresas); Artigos de vestuário (43); Outros serviços de acabamento (27); Fabricação de artefatos de tapete (25); Tecelagem de fios de algodão (23); Fabricação de linhas de costura (19); Fabricação de artefatos têxteis (19); Confecção sob medida de peças (18); Moda íntima (12); Fabricação de outros produtos têxteis (8); Meias (7); Acessórios do vestuário (4).

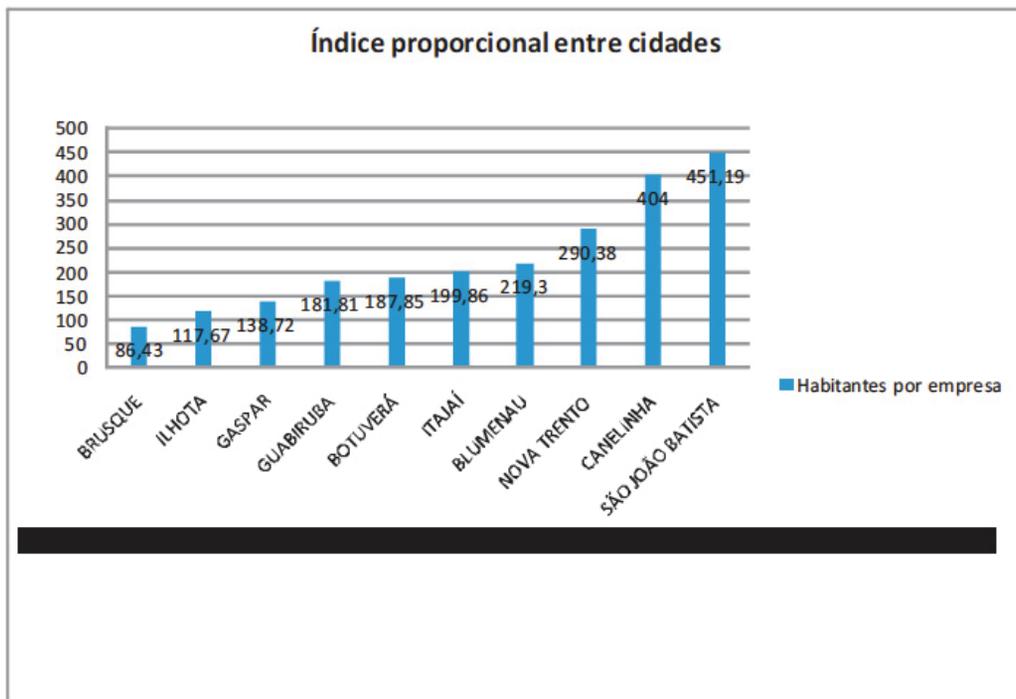
3 Esta primeira parte foi apoiada pela acadêmica de Design de Moda da UNIFEBE, Cinara Kohler.

Figura 1 - Estatística de empresas de Brusque por área de atuação



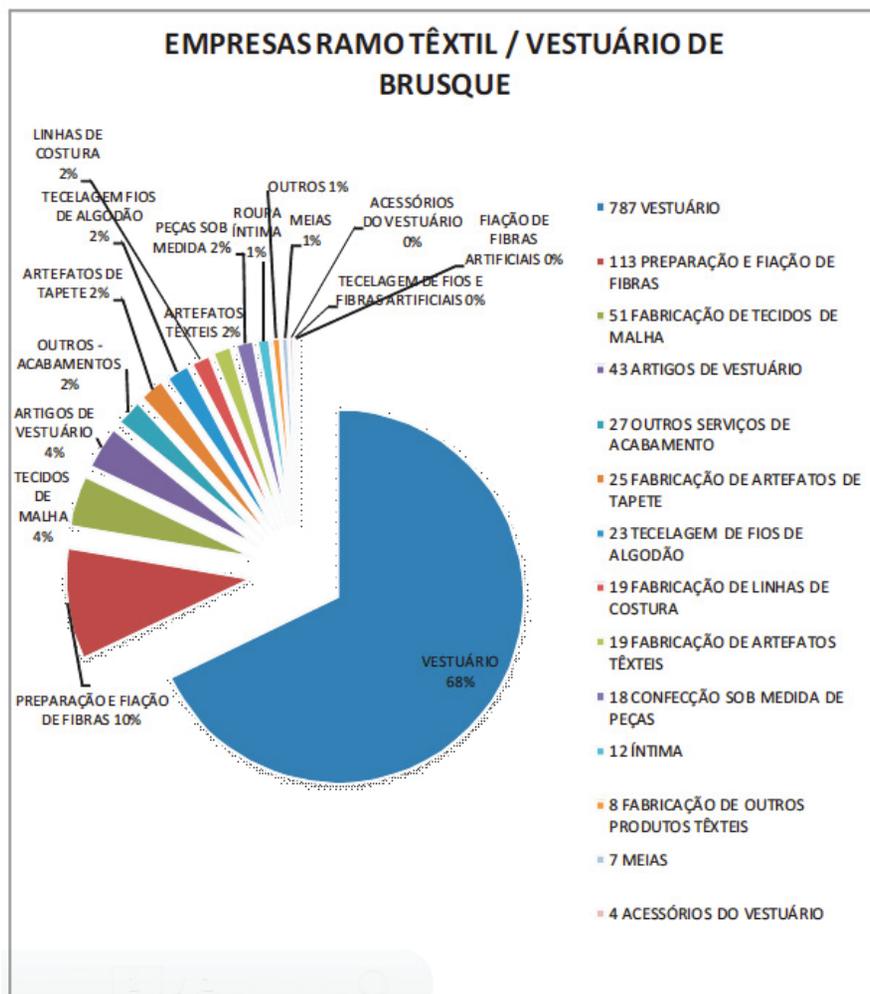
Fonte: dados da pesquisa

Figura 2 - Índice, em termos de proporção de habitantes, de Brusque e outras cidades da região, em relação ao número de empresas



Fonte: dados da pesquisa

Figura 3 - Divisão estatística de empresas por ramo na área têxtil e de vestuário



Fonte: dados da pesquisa

A leitura e análise da atual situação de Brusque, com relação ao desenvolvimento do ramo têxtil por meio das micro, pequenas e médias empresas da região deu parâmetro para as etapas previstas no projeto. O expressivo número observado nas análises estatísticas deram, na ocasião, indícios de que assessoramentos que viessem a envolver, mutuamente, o aporte acadêmico e a aprendizagem de mercado possibilitada pela vivência nessas empresas, tenderiam a ser positivos e até necessários.

Esses relatos foram comunicados em evento específico de extensão e, após, deram embasamento para a confecção de um modelo de orçamento elaborado em parceria com o setor financeiro da instituição que abrigava o projeto. Após previsão de custos que se mostraram inviáveis ao projeto, essa etapa de Estruturação passou a ser entendida como fundamental para dar novos rumos ao projeto.

Assim, mesmo entendendo que as micro, pequenas e médias empresas seriam um bom campo de atuação, optou-se por usar o projeto para buscar outros embasamentos que viessem a fortalecer o ambiente necessário para, então, futuramente, de fato efetivar a prática com essas

empresas. O embasamento escolhido foi a parceria em estudos históricos que tinham o objetivo de levantar e registrar dados que mostrassem como de estabeleceu na região esta realidade observada no que acima foi relatado.

4 ETAPA DE CONTEXTUALIZAÇÃO HISTÓRICA

Na fase de contextualização histórica, duas abordagens foram trazidas ao projeto: uma que visava identificar os principais elementos da implantação da indústria têxtil em Brusque, especialmente a partir de dados do precursor Carlos Renaux, e outra que tinha como foco o apoio a um projeto de pesquisa que objetivava identificar, analisar e historicizar o surgimento em massa das indústrias de confecções, após os anos oitenta, no município de Brusque, tendo como foco, para tanto, a ênfase nos principais polos de vendas do município.

A etapa de identificação dos elementos que influenciaram a implantação da indústria têxtil em Brusque fez parte de um conjunto de estudos que, com outros projetos concomitantemente em andamento, deram origem a uma exposição que contou fatos dos 120 anos da indústria têxtil no município. Dentro deste projeto de assessoria, no entanto, coube a responsabilidade de relatar dados históricos de Carlos Renaux, responsável pela criação da empresa que foi gênese do têxtil em Brusque. Nessa etapa da pesquisa, o projeto contou com o apoio de uma bolsista⁴ que ficou responsável por coletar dados e, posteriormente, relatá-los considerando a participação em eventos comemorativos aos 120 anos, além de, ainda, comunicar os levantamentos em evento científico.

O apoio ao estudo que tinha como tema a análise de Brusque como berço da fiação catarinense até a sua constituição como capital da pronta entrega, deu-se a partir de uma parceria que levantou dados sobre o nascimento do comércio brusquense. Em tal etapa, em conjunto com outro projeto de pesquisa⁵ em andamento na ocasião, o levantamento de dados contou com o apoio de uma bolsista,⁶ a fim de documentar relatos históricos de relevância para a identificação a qual se propunha o estudo.

4.1 IMPLANTAÇÃO DA INDÚSTRIA TÊXTEL EM BRUSQUE

Conhecer, entender, respeitar e preservar as raízes e a origem de um povo, comunidade ou uma região é garantir a esse povo a condição de existir e proteger a sua identidade, valorizando e cultivando a sua história. Em tempos de globalização em que os espaços e as distâncias estão cada vez menores e a cultura tornando-se plural, valorizar o “local” está se tornando uma forma de resgate e sobrevivência de identidade.

Esse contexto foi o mote dessa etapa que utilizou especialmente o levantamento bibliográfico para identificar dados sobre a vida de Carlos Renaux. A seguir, apresentam-se alguns tópicos resultantes de tal pesquisa, e os mesmos foram coletados, tomando-se por base o estudo dos seguintes autores: SEYFERTH (1974), HERING (1987), KLOCK (2010):

- *Karl Cristian Renaux*, conhecido como Carlos Renaux nasceu 16 de março de 1861 na cidade de Loerrach na Grão-Ducado de Baden na Alemanha, sendo filho de descendentes franceses, Louis Renaux (pai) e Sophie Ludin (mãe);
- Carlos era um jovem inteligente e com uma visão empreendedora. De classe média, com escolaridade de segundo grau e certificado de serviço militar, que, por um problema auditivo, ficou impedido de cumprir seu compromisso;

4 Daniela da Silva, acadêmica de Design de Moda da Unifebe.

5 Projeto “Inventando moda e costurando histórias: de Berço da Fiação Catarinense à Capital Nacional da Pronta entrega (Brusque, 1980 – 2010)” de Edinéia Pereira da Silva Betta com apoio da bolsista Amanda **Augusta Riffel**.

6 Martinha Aparecyda Perão Dadam, coautora deste artigo.

- Chegou ao Brasil, em 1882, com apenas 20 anos de idade. Seu primeiro emprego de caixeiro no negócio de Theodor Lueders, em Salta Weissbach.
- Depois de dez anos fundou a primeira empresa da região do sul do Brasil, de fiação de algodão: *Fábrica de Tecidos Carlos Renaux*, na cidade de Brusque, estado de Santa Catarina, no Vale do Itajaí;
- Carlos casou-se com a filha do colono pioneiro no Vale do Itajaí, Selma Wagner Renaux, teve onze filhos frutos dessa união;
- Alguns fatores motivaram Carlos Renaux a instalar sua empresa de tecidos em Brusque: os altos preços das roupas e tecidos da região, as probabilidades, por atuar então como vendeiro, de dar certo seu negócio, e a mão de obra empregada. Um grande ponto levado em consideração por Carlos Renaux foi a localização para conseguir energia elétrica e água para lavagem dos tecidos e alveijamento;
- No início eram usados apenas teares de madeira, entretanto para própria sobrevivência de sua fábrica precisou adquirir, mais tarde, teares mecânicos com a ajuda de dois empréstimos;
- Seus lucros deslancharam apenas depois da Segunda Guerra Mundial por causa da crise europeia. Na época era a única empresa que tinha fio próprio e que não dependeu de importação;
- Mesmo numa região onde não se plantava algodão foi fundada a primeira fiação do sul do Brasil. Famílias inteiras trabalhavam na indústria. Acredita-se que, não por acaso, Brusque serve, hoje, de referência em termos de grandes empresas na área têxtil.

4.2 NASCIMENTO DO COMÉRCIO BRUSQUENSE PARA MODA À PRONTA ENTREGA

A indústria têxtil tem sido a força propulsora da economia de Brusque, e é destaque desde o surgimento da primeira fábrica de tecidos, em 1892. Porém, foi a partir de 1980, que a cidade recebeu um grande número de pequenas e médias empresas do setor têxtil, e suas atividades passam a ser reflexo de sucesso também no cenário nacional. A cidade conta com o início da sua história, o seu pioneirismo, registrado em algumas (poucas) obras, incluindo dissertações de mestrado, teses de doutorado, livros, jornais e revistas. Porém, os últimos trinta anos, têm-se pouco (ou quase nada) registrado, o que dificulta a contextualização para específicos estudos do setor.

O parágrafo acima é parte do projeto de pesquisa com o qual o presente estudo fez parceria, a fim de levantar dados para registro da história do comércio brusquense voltado à pronta entrega. Nessa investigação em conjunto, coube ao projeto em relato prestar assessoria, dando aporte técnico à pesquisa já em desenvolvimento. A fim de compreender os dados que ela estava levantando, são indicados, a seguir, os tópicos de duas apresentações: uma que mostrou a pesquisa histórica sobre o comércio na Rua Azambuja – considerada a precursora da pronta entrega na cidade – e outra que traz dados de uma entrevista realizada com uma antiga comerciante da região.

4.2.1 História do comércio na Rua Azambuja – Brusque

Aos poucos se chega lá. Foi assim que se iniciou o comércio na Rua Azambuja, que ocorreu por volta dos anos 80. As mulheres dos operários das fábricas Renaux e Schlösser trabalhavam em casa para garantir uma renda extra, costurando roupas e lingerie para parentes, amigos, vizinhos, e também para fora, utilizando às vezes alguns tecidos e sobras das grandes indústrias de Brusque.

Por volta de 1986 começaram a surgir algumas lojas, como o caso da loja onde trabalhava Salete Maria da Silva. Ela, com a família, produziam camisetas gola polo e foi a quinta loja a abrir na região. “Nessa época o pessoal só procurava camiseta, o pessoal já vinha duas, três quatro horas da manha bater à porta procurando camiseta [...] principalmente de Curitiba.”

Diante da demanda, os anos de 1990 marcaram a Azambuja, pois a partir dessa época surgiram inúmeras lojas na região. As pessoas que vinham de SC e de outros estados para comprar, começaram a montar lojas aqui também. E o negócio cresceu tanto que chegou ao ponto de faltar mercadoria nas lojas.

Porém, por volta de 1995, mudanças na economia brasileira, como o plano real, influenciaram muito na região de Brusque. As pessoas não tinham muito conhecimento de administrar o dinheiro e, além disso, surgiram shoppings na rodovia Antônio Heil, fazendo que o movimento na região decaísse e chegasse ao ponto de várias lojas fecharem suas portas.

4.2.2 Entrevista realizada com Magdalena Lana Roux, no Bairro Azambuja

No mercado há aproximadamente 54 anos, a Confecção Roux tem atualmente suas instalações em Brusque, no bairro Azambuja. Seu cargo chefe é a linha íntima e pijamas, e traz consigo exemplo de muita união e trabalho.

Os fundadores da empresa são Ezaulino Roux, já falecido, e Madalena Roux, que administra a confecção, com um dos filhos e funcionários. Ela ainda é a responsável pela compra de materiais, pagamentos e outras atividades na empresa.

Segundo Dona Madalena, sua confecção foi a primeira a ser fundada na região do bairro Azambuja. Inicialmente as pessoas iam até a casa de Dona Madalena, pedindo-lhe que costurasse vestidos, sutiãs, etc. Mais tarde, seu marido Sr. Ezaulino Roux, já falecido, fundou a Confecções Roux. Desde então, a empresa produz linha íntima e pijamas e vende no atacado e varejo.

Na época em que o bairro Azambuja era o centro de compras de Brusque, a confecção de Dona Madalena chegava a receber dois ônibus em uma só hora, atendendo com quatro balconistas. Hoje, porém, segundo dona Madalena, o movimento na região e na confecção decaiu devido ao surgimento de novos shoppings na cidade.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Um projeto de extensão requer a pretensão de se trabalhar pela troca de conhecimentos. A assessoria que se pode prestar, baseando-se no design e na moda é uma das formas de se promover essa troca. As possibilidades e as diversas maneiras de promover a assessoria, no entanto, são amplas e variadas. O projeto apoiado pela Bolsa de Estudo do Artigo 171 da Constituição Estadual, que instituiu o Programa de Bolsas do Fundo de Apoio à Manutenção e ao Desenvolvimento da Educação Superior – FUMDES, intitulado “Assessoria no Desenvolvimento de Produtos de Moda para micro, pequenas e médias empresas de Brusque e região”, começou no ano de 2011, com uma pretensão e foi concluído, em 2013, com adaptações que se fizeram nas necessidades decorridas da sua implantação.

Ressalta-se, no entanto, que os objetivos propostos no projeto inicial não se perderam. No contexto geral de prestar assessoria de moda, tendo esta sido realizada, observando os meios econômicos e históricos que compuseram e ainda retratam a realidade de intimidade de Brusque com a moda e o têxtil, os objetivos iniciais podem ser observados como alcançados, considerado os resultados a seguir indicados.

A promoção da relação entre o meio acadêmico e o empresariado regional foi iniciada. A primeira etapa proposta pelo projeto foi realizada com êxito, tendo sido possível identificar diversos aspectos das empresas locais, tanto no sentido de suas necessidades quanto na perspectiva de projetos futuros. Quanto à intensificação da utilização dos laboratórios da instituição e a possibilidade

de acesso a materiais que venham a complementar o acervo da instituição que abrigou o projeto em questão, em termos técnicos e acadêmicos atingiu-se essa proposição. Embora ainda pretenda-se ampliar a busca por mais materiais nesse sentido, os dados de mercado e os dados históricos (indicados neste artigo) são exemplos de informações que enriqueceram o acervo de dados do curso (Design de Moda) e, por consequência, o acervo dos laboratórios a ele ligados.

Ainda, a geração de cases, por meio das assessorias, que contribuam para projetos de iniciação científica, foi realizada por pesquisas históricas e análises bibliográficas e documentais realizadas. Por fim, pode-se relatar apenas a restrição do objetivo de captar recurso financeiro que sustente a realização das consultorias, e, para tanto, novos projetos estão sendo formatados para operacionalizar essa questão. Tendo sido identificadas algumas demandas regionais que requerem assessoria de moda, espera-se, na continuação e como proposição, que as micro, pequenas e médias empresas sejam, assim, inteiradas nos estudos e novos projetos da instituição em questão.

REFERÊNCIAS

ABDI, Agência Brasileira de Desenvolvimento Industrial. **Estudo prospectivo: Têxtil e Confecções**. Série Cadernos da Indústria ABDI, Volume XVIII. Brasília: ABDI, 2010.

APONTADOR: Locais, Eventos, Endereços, Mapas. Endereços de empresas. Disponível em: <www.apontador.com.br>. Acesso em: 30 ago. 2011.

BRAGA, João. **História da Moda: uma narrativa**. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2005.

BRUSQUE. Prefeitura de Brusque. **Perfil da cidade**. Apresenta a cidade de Brusque, suas características geográficas, econômicas e sociais. Disponível em: <<http://www.brusque.sc.gov.br>>. Acesso em: 15 abr. 2013.

CABRAL, Osvaldo R. **Brusque**: Subsídios para a história de uma Colônia nos Tempos do Império. Brusque: Sociedade Amigos de Brusque, 1958.

CALDAS, Dario. **Observatório de sinais: teoria e prática da pesquisa de tendências**. 2. ed. Rio de Janeiro: SENAC, 2006.

CIDREIRA, Renata Pitombo. **Os sentidos na Moda: vestuário, comunicação e cultura**. São Paulo: Annablume, 2005.

HERING, Maria Luiza Renaux. **Colonização e indústria no Vale do Itajaí: o modelo catarinense de desenvolvimento**. Blumenau: Ed. FURB, 1987.

JONES, Sue Jenkyn. **Fashion design**. São Paulo: Cosac & Naify, 2005.

KLOCK, Kátia. **O fio da história**. Documentário. RBS: 2010.

MOZOTA, Brigitte Borja de. **Gestão do design: usando o design para construir valor de marca e inovação corporativa**. Porto Alegre: Bookman, 2011.

PREFEITURA MUNICIPAL DE BRUSQUE. Secretaria de Desenvolvimento Econômico. Relação de Atividades Têxteis PM Brusque. Mensagem recebida por <sde@brusque.sc.gov.br> em: 1º set. 2011.

ROMEIRO FILHO, Eduardo *et al.* **Projeto do produto**. Rio de Janeiro: Elsevir, 2010.

SEYFERTH, Giralda. **A colonização alemã no vale do Itajaí-Mirim: um estudo de desenvolvimento econômico**. Porto Alegre: Movimento, 1974.

VINCENT-RICARD, François. **As espirais da moda**. 4. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2002.