

VESTIR 84

VESTIR - Nº 84 - edição anual - MODATEX - Centro de Formação Profissional da Indústria Têxtil, Vestuário, Confeção e Lanifícios - Diretor: José Manuel Castro - 2023 - Distribuição Gratuita





Composed by a long coat with textured wrinkled fabric made with transparent felt and a dem with a transparent point of a texture of a fabric

03
Editorial

04
Entrevista ao novo Presidente do Conselho de Administração

06
ATP — Reforçar aposta em I&D é um dos caminhos do futuro

08
Consórcio — Agência Nacional de Qualificações

09
ERASMUS +

10
Formação a Refugiados

11
Parceria com a Calzedonia

13
Formação em empresas Lameirinho

14
Concurso Upcycling Tea&Cheese, Covilhã

18
Ação de Modelação e Confeção de Vestido de Noiva

30
Entrevista Luís Buchinho

32
Finalistas de Design de Moda MODATEX Porto

60
Finalistas de Design de Moda MODATEX Lisboa

76
Novos talentos Renato Luiz

78
Novos talentos Tiago Bessa



MODATEX.PT

Sobre a origem do título da revista Vestir do MODATEX

O título da revista Vestir foi cedido graciosamente à APIV, em 1987, por Mestre Manuel Guilherme de Almeida, professor de corte e criador do sistema Maguidal. A primeira revista Vestir, originalmente editada pela Academia de Corte Sistema Maguidal, foi publicada em Setembro de 1939 (n.º 1) e a última em Janeiro de 1985 (n.º 178)."



FACEBOOK

Ficha Técnica
Propriedade
MODATEX
Centro de Formação Profissional da Indústria Têxtil, Vestuário, Confeção e Lanifícios
Sede do Editor / Sede da Redação
Rua Professor Augusto Nobre, 483
4150-119 Porto
Registo ERC
Inscrição N.º 113412
NIPC (509906478)
Editor
MODATEX - Centro de Formação Profissional da Indústria Têxtil, Vestuário, Confeção e Lanifícios
Diretor
José Manuel Castro



INSTAGRAM

Coordenação técnica
José Manuel Castro, Rosário Araújo, Ricardo Moura e Porto de Ideias
Conselho Editorial
José Pedro Machado, Maria Helena Chaves, Isabel Barrau, Jaime Regojo, João Costa, José Robalo
Redação e Publicidade
Porto de Ideias
Design Gráfico
Ricardo Moura @ Sketch From Scratch
Colaboração
Porto de Ideias, Diana Silva, técnicos e formandos do MODATEX
Publicação
Periódica
Periodicidade
Anual



LINKEDIN

Capa
Exterior
Modelo: Constança Pereira · Face Models
Fotografia e design: Maria Francisca Silva
Interior
Modelo: Ária Burova · BEST Models
Fotografia e design: Maria Miguel Martins
Agradecimento especial à Professora Diana Pereira da Silva, pela consultoria na área da fotografia nesta edição.
Tiragem
2.200 Exemplares
Impressão
Greca, Lda
Depósito Legal
345913/12
Estatuto Editorial
<https://www.modatex.pt/portal/wp-content/uploads/2016/05/Regulamento-Revista-Vestir.pdf>

"O melhor é mesmo não mudar nada e aproveitar para ir transformando tudo."

Tive oportunidade de escutar esta frase numa belíssima conferência do Professor Joaquim Azevedo no final de novembro, em Ourense. Na esperança de experimentar (!) a mudança, perguntei então pelo MODATEX a duas ferramentas gratuitas de Inteligência Artificial e foi isto que encontrei:

(CHAT GPT 3,5) - O MODATEX é um Centro de Formação Profissional para o Setor Têxtil, Vestuário, Confecção e Lanifícios. Ele opera em Portugal e tem como objetivo oferecer formação especializada para profissionais que trabalham ou desejam ingressar na indústria têxtil e de moda. As atividades do MODATEX incluem uma variedade de cursos e programas de formação, cobrindo diversas áreas, como design de moda, modelagem, corte, costura, gestão de produção têxtil, entre outros. O centro visa proporcionar aos alunos as habilidades e conhecimentos necessários para atender às demandas do setor e promover o desenvolvimento profissional. É possível que o MODATEX tenha expandido suas ofertas ou realizado novas iniciativas após a minha última atualização em janeiro de 2022, por isso é aconselhável verificar fontes mais recentes para obter informações atualizadas sobre o MODATEX (<https://chat.openai.com/c/c1f-6848c-0bab-4486-a3e2-3b825804e9d2>)

(Bard Google) O Centro de Formação MODATEX é uma instituição de ensino profissionalizante portuguesa, especializada na formação nas áreas da moda, têxtil e design. Fundado em 1975, o MODATEX oferece uma vasta gama de cursos, desde os de nível básico até aos de nível superior, nas modalidades presencial e online. A sede do MODATEX fica na cidade do Porto, mas a instituição também tem delegações em Lisboa, Covilhã, Barcelos e Vila das Aves. As áreas de formação do MODATEX incluem: Design Têxtil e Moda, Merchandising e Vitrinismo aplicado à ITV, Styling, Arts & Crafts, Artes e Tecnologias Gráficas (preparação de portfólios) Os cursos do MODATEX são ministrados por uma equipa de profissionais qualificados, com experiência na indústria da moda. A instituição também dispõe de infraestruturas modernas e equipadas, que proporcionam aos alu-

nos as melhores condições para o seu desenvolvimento profissional. O MODATEX é uma instituição de referência na formação profissional na área da moda, têxtil e design. A sua oferta formativa é abrangente e diversificada, e a sua equipa de profissionais é altamente qualificada. A instituição também dispõe de infraestruturas modernas e equipadas, que proporcionam aos alunos as melhores condições para o seu desenvolvimento profissional. Aqui estão alguns dos cursos mais populares do MODATEX: Design de Moda, Têxtil de Confecção, Tecnologia Têxtil, Marketing de Moda e Gestão de Empresas de Moda. O MODATEX tem uma taxa de empregabilidade muito elevada. Os alunos que concluem os cursos da instituição têm boas oportunidades de encontrar emprego na indústria da moda, têxtil e design. Se está interessado em seguir uma carreira na moda, têxtil ou design, o MODATEX é uma excelente opção. A instituição oferece uma formação de qualidade, que lhe dará as competências necessárias para o sucesso profissional. (<https://bard.google.com/chat/2eb3368a0f02f810>)

Não discutirei o que estas afirmações têm de verdade e/ou exagero, mas elas traduzem a facilidade (e simplicidade) com que hoje podemos aceder a informações sem questionamento crítico, confiantes que estamos no valor da (dita) Inteligência Artificial.

Na sua bela origem etimológica a palavra artificial (do latim *ars+fex*) significa algo não natural, feito (*fex*) com arte (*ars*), por seres humanos; seguindo este percurso "artístico", perguntei então pelo diretor do MODATEX (?) e o Bard foi-me informo-me que:

"O diretor do MODATEX é José Manuel Castro. Ele assumiu o cargo em 2023, após ter sido presidente do Conselho de Administração da instituição desde a sua fundação, em 2011. José Manuel Castro é licenciado em Gestão de Empresas pelo Instituto Superior de Gestão do Porto. Tem uma vasta experiência na área da formação profissional, tendo trabalhado em diversas instituições, incluindo o Instituto de Emprego e Formação Profissional (IEFP) e o Centro de Formação Profissional da Indústria Têxtil

e do Vestuário (CENTIVET)"; ... enquanto, em contrapartida, o Chat GPT informou que: "até a minha última atualização em janeiro de 2022, não tenho informações específicas sobre quem é o diretor do MODATEX, pois as informações sobre cargos e pessoas em organizações podem mudar ao longo do tempo".

Neste balancear comunicativo, onde se intersectam informações verdadeiras com outras falsas e manipulativas, podemos perceber como a nossa inteligência(humana) será permanentemente confrontada com a velocidade, a instantaneidade e a pulverização dos espaços e do tempo, das narrativas e das relações.

Que integração poderá a nossa inteligência fazer da simplicidade destes (admiráveis) mundos novos? Em nova visita à etimologia e à história da palavra inteligência (*intelligere*), damos conta que originalmente designava a capacidade ler (*legere*) entre coisas (*inter*), seja na escolha da melhor alternativa entre várias, ou para saber ler dentro das coisas.

Neste momento de enorme investimento das sociedades europeias em educação precisaremos desesperadamente da nossa Inteligência Humana (IH...) e de uma consciência cívica alargada, na procura de respostas (sabendo ler dentro das coisas) para a insustentabilidade do Planeta Terra, a nossa casa comum, para harmonizar a fragmentação dos espaços de vida no estilhecimento das relações "naturalmente" humanas.

E sobretudo de inteligências (!) que fomentem o desenvolvimento do pensamento crítico, da alfabetização digital e mediática, da iniciativa, criatividade e inovação, da colaboração, cooperação com os outros e comunicação eficaz.

E teremos de mudar tudo novamente? Não desprezando cegamente a enorme parafernália de processos e dispositivos de aprendizagem talvez que a resposta esteja na frase inspiradora deste editorial e sabendo ler dentro das coisas, ir aproveitando para transformar fazendo um *upcycling* das nossas dimensões humanas, dando "longa vida" e reutilização criativa aos nossos saberes, competências e experiências, à nossa capacidade de olhar, ver e produzir sentidos e à inestimável capacidade de aprender.

E que 2024 seja o ano da transformação do MODATEX.



“O MODATEX tem todas condições para ser um ator na atração de talento para o ITV”, afirma José Pedro Machado

Recém-chegado à Presidência do Conselho de Administração do MODATEX, José Pedro Machado dá nota dos desafios da transição digital e do verde que o ITV enfrenta atualmente e do papel relevante que o Centro de Formação desempenha na adaptação da indústria a uma nova era. Mostrar a nova indústria têxtil é decisivo para a captação de RH para a indústria. O capital de prestígio que o MODATEX tem vindo a capitalizar e a sua proximidade aos stakeholders do setor são o garante de um sucesso que já tem eco internacional.

Quais são as principais propostas de valor do MODATEX?

As suas principais propostas de valor assentam naquilo que é a sua missão: qualificar, requalificar e valorizar os Recursos Humanos e o setor, no sentido de responder e até mesmo antecipar as suas necessidades e, em estreita cooperação com o ITV, reforçar as suas competências, competitividade e internacionalização e, desta forma, apoiar a economia nacional.

Quais são os grandes desafios que o ITV e o MODATEX enfrentam na atualidade?

São sobretudo os desafios das transições, seja do digital, seja do verde. Duas áreas que impactam muito qualquer indústria. Este é também o desafio do MODATEX: apoiar o ITV a adaptar-se a estas transições, aos novos desafios e às necessidades do mercado, com especial enfoque na sustentabilidade. Hoje é obrigatório olhar para o têxtil e perceber como o podemos tornar mais sustentável, sendo que há indústrias em que este caminho é mais óbvio. No têxtil discute-se os vários caminhos possíveis, quer seja através da economia circular ou da utilização de novas matérias-primas, que permitam ganhos ambientais. Mas temos ainda outros desafios sobretudo no têxtil e que já não é novo, o desafio da marca própria e o MODATEX desempenha aqui um papel muito relevante no apoio às empresas na criação da sua marca e a acrescentarem valor áquilo que fazem. Só assim podemos ser mais competitivos e mais fortes. Portugal e o têxtil têm feito este caminho e tem sido um excelente exemplo com reconhecimento nacional e internacional, mas é um desafio sempre atual. O valor-acrescentado advém da criação.

O MODATEX está preparado para apoiar o ITV nestes desafios?

O MODATEX tem que estar, e está, preparado para responder às necessidades da indústria, mas tem de ser também um ator importante na antecipação das mesmas. O PRR veio permitir reequipar e modernizar a estrutura formativa do MODATEX, que ao longo do seu percurso tem vindo a acumular o capital muito relevante, que é um capital de prestígio ao nível da moda e do design e das competências ligadas ao setor. A parceria de formação com a Calzedonia é um exemplo disso mesmo e do prestígio além-fronteiras que o Centro já conquistou. A capacidade de atrairmos marcas internacionais para Portugal é graças à qualidade da formação e da qualificação dos nossos RH, que têm a capacidade de responder às atuais necessidades, mas também uma agilidade e rapidez na adaptação às necessidades futuras. A internacionalização é um reconhecimento

do prestígio do MODATEX e do têxtil português fora de portas.

O investimento em equipamento e novas tecnologias que o PRR proporciona é o caminho do sucesso futuro?

Quando se trata da formação e à velocidade a que as coisas acontecem, o que há 20 anos eram equipamentos que respondiam às necessidades, hoje estão completamente ultrapassados e o PRR veio permitir e facilitar esta atualização e modernização que é crucial para garantir a qualidade do ensino e da formação.

O rejuvenescimento dos RH é um desafio para toda a indústria e para o MODATEX também. Como é que se consegue falar com as novas gerações e chamá-las para o setor?

A falta de mão-de-obra é um desafio transversal a todos os setores da indústria, consequência do invertebrado demográfico que vivemos na Europa. Há políticas de atração RH estrangeiros e o MODATEX apresenta-se como o parceiro essencial do setor para quem chega de fora para ingressar na indústria.

O MODATEX tem duas missões distintas: ser um dos principais atores a mostrar e a dar a conhecer uma indústria que de facto não tem nada a ver com o passado. Estamos hoje a falar de um setor altamente tecnológico, moderno, limpo e atrativo. O MODATEX e as diferentes Associações são os promotores principais desta nova indústria e de “seduzir” os jovens para esta nova realidade.

A segunda missão, e que está diretamente ligada ao core do MODATEX que é o de formar as pessoas para que respondam ao que são as atuais competências de um setor mais digital, mais tecnológico e muito mais criativo.

O MODATEX tem todas condições para ser um ator na atração de talento para o ITV.

Como é que a tutela, neste caso o IEFP, olha para os centros de formação e para a formação profissional?

Os centros de formação protocolados são parceiros fundamentais, porque dão uma resposta imediata e direta aos seus setores. O MODATEX é um bom exemplo do que se espera destes atores, sobretudo pela sua proximidade, e o seu contacto permanente com os atores do setor - associações e empresários. O MODATEX recebe dos stakeholders as necessidades, os pormenores do estado da arte e isto permite dar uma resposta mais rápida e muito mais eficaz às necessidades. Estes, são tão mais importantes quanto mais próximos estiverem do setor. Não tenho dúvidas nenhuma da importância que têm para os respetivos setores.

Perfil José Pedro Machado

Licenciado em Administração Pública pela Universidade do Minho, com pós-graduação em Alta Direção para a Administração Pública e em Administração Pública - Gestão Pública pela mesma universidade. Curso Avançado de Gestão Pública (CAGEP).

De 10 de fevereiro de 2020 até à data Subdelegado Regional do Norte do IEFP, I. P. Entre maio de 2015 e fevereiro de 2020, exerceu funções de chefe de divisão de Gestão de Fundos Comunitários, no Município de Braga. Entre julho de 2013 e abril de 2015, exerceu funções de chefe de divisão Administrativa, no Município de Braga e entre junho de 2010 e novembro de 2013, ocupou o lugar de vogal não

executivo do conselho de administração da empresa municipal Teatro Circo de Braga, S. A.. Entre setembro de 2005 e julho de 2013 exerceu funções no Gabinete de Apoio à Presidência da Câmara Municipal de Braga, como técnico superior até outubro de 2009 e a partir daí como adjunto, sendo responsável pelo Gabinete de Fundos Comunitários e pela elaboração dos documentos previsionais e de prestação de contas do Município. Entre julho de 2003 e agosto de 2005 exerceu funções na Divisão Financeira da Câmara Municipal de São João da Madeira, em cujo quadro de pessoal ingressou em setembro de 2004, como técnico superior.



Reforçar aposta em I&D é um dos caminhos do futuro

As empresas portuguesas da indústria têxtil e do vestuário (ITV) que investem em Investigação & Desenvolvimento (I&D) têm mais tempo de vida, registam um nível de faturação quatro ou cinco vezes superior, representam metade do total das exportações do setor, estão menos endividadas, empregam maior número de trabalhadores e uma maior percentagem de diplomados. Em 2020, em ambos os setores, mais de metade deste investimento aconteceu no universo das médias empresas.

Estas são algumas das conclusões do estudo realizado por uma equipa de investigadores da Universidade do Minho, liderada pelo economista Fernando Alexandre, e que foi apresentado durante o

25.º Fórum da Indústria Têxtil, que decorreu em outubro, na cidade de Barcelos.

De acordo com os dados, apenas 1,8% das 5.975 empresas da ITV aplicaram verbas em I&D. No sector têxtil, essa foi uma realidade em 74 das 1951 sociedades comerciais registadas em Portugal; no vestuário, isso aconteceu em apenas 34 das 4024 empresas. Para além disso, esta indústria é, a par do sector da construção, a que regista menor taxa de diplomados: 8% no caso do têxtil e de 4% no vestuário.

Para Fernando Alexandre, que para além de docente da Universidade do Minho é vice-presidente do Conselho Económico e Social, estes números refletem, por um lado, a debilidade financeira

das empresas e, por outro, uma tendência para a manutenção de um status quo em que o importante é fazer o que já se sabe.

Produtividade cresceu mais que os salários

O reduzido investimento I&D pode ajudar a explicar os baixos salários, já que prejudica a produtividade, a qualidade do emprego e, em último caso, a evolução salarial. Aliás, segundo o estudo, entre 2010 e 2021, a produtividade na indústria têxtil e do vestuário cresceu 54% e 55%, respetivamente, sem que, no entanto, tenha sido acompanhada ao mesmo ritmo pelos salários, que subiram apenas 41% e 42%.

Segundo o economista, dois fatores contribuíram para que a produtividade tenha disparado na última década: por um lado, a redução do número de trabalhadores no vestuário (-11%), aquele que entre os dois emprega mais mão-de-obra, por outro o aumento significativo da presença nos mercados internacionais. No sector têxtil, que ganhou 3% de postos de trabalho, as exportações cresceram 48%, no vestuário essa subida foi mais expressiva, de 62%, apesar da perda de cerca de 9.500 postos de trabalho.

O valor acrescentado bruto (VAB) – o indicador que traduz a riqueza gerada na produção – também subiu significativamente: 38% no têxtil e 58% no vestuário. No entanto, o tecido empresarial apresenta, na sua globalidade, baixa rentabilidade, à exceção das 10% mais produtivas, as chamadas empresas-fronteira – em termos médios, a rentabilidade é cerca de quatro vezes superior à média das restantes, no sector têxtil, e cerca de duas vezes melhor no vestuário.

Menos ‘zombies’ na indústria

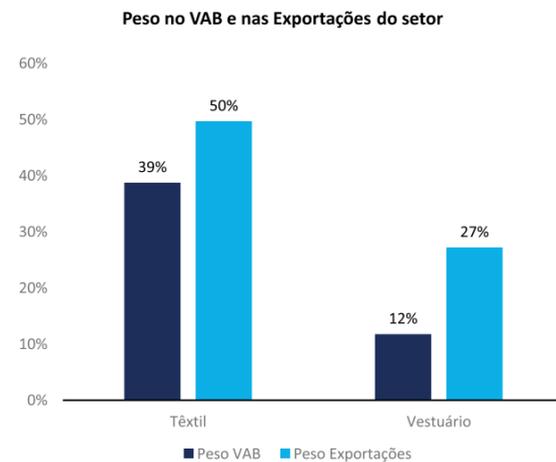
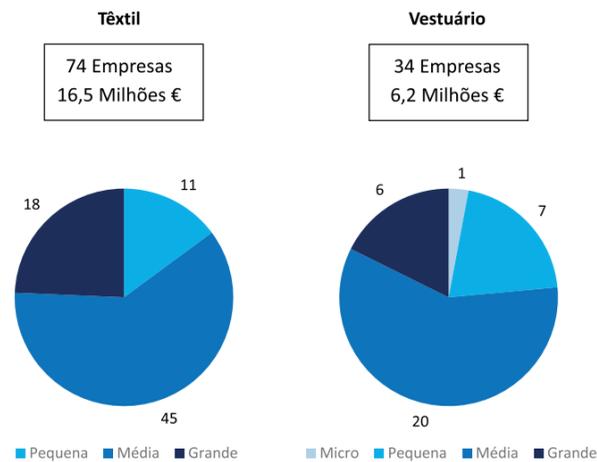
Outro dado a destacar neste estudo é a diminuição do número de ‘empresas

zombie’, isto é, negócios com mais de 10 anos cujos resultados operacionais não chegam para pagar os juros da dívida num horizonte de três anos. A presença de ‘zombies’ na ITV registou uma quebra significativa a partir de 2012, passando de 209 para 86 em 201 no sector vestuário, e de 108 para 34 no têxtil.

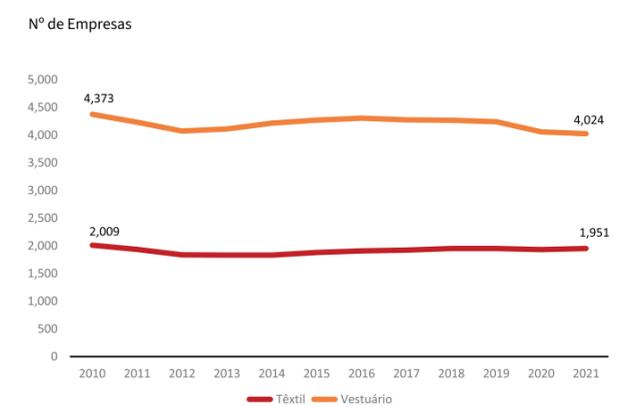
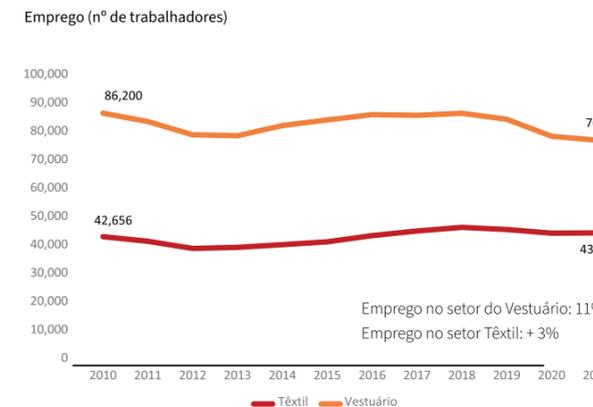
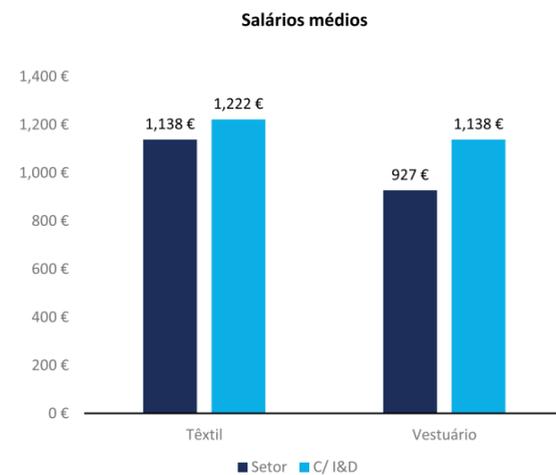
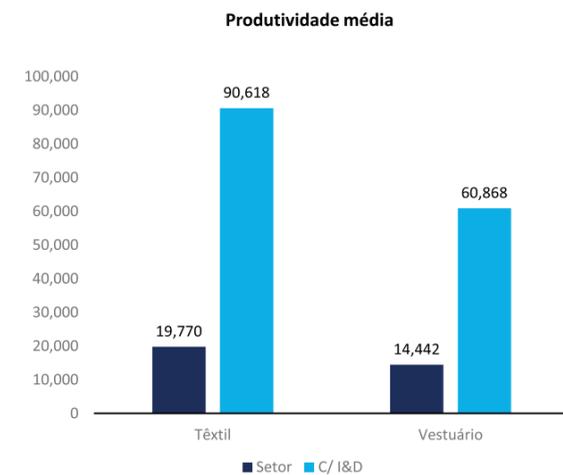
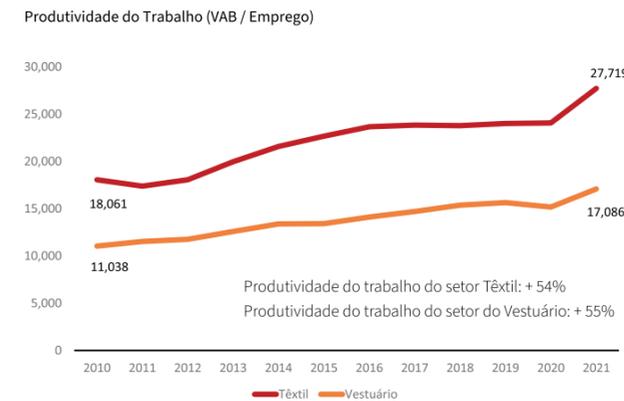
Segundo o investigador da UMinho, tratam-se de empresas sem viabilidade económica e baixa produtividade que existem graças ao apoio dos bancos e governos e por isso geram consequências negativas na economia e nas empresas saudáveis, pois absorvem recursos importantes e escassos, como mão-de-obra, desvirtuando a concorrência.

Caracterização das empresas do setor Têxtil e Vestuário

Empresas com investimento em I&D Têxtil e Vestuário, 2020*



Evolução do setor Têxtil e Vestuário, 2010—2021



Fonte: SCIE

*Devido a restrição de dados, o investimento em I&D apresentado refere-se a valores de 2020

Fonte: SCIE

MODATEX integra Consórcio Moda

No âmbito do projeto de atualização do Catálogo Nacional de Qualificações (CNQ), o MODATEX, em parceria com o CITEVE e a Escola Profissional Árvore, participou ativamente no Consórcio Moda, e foi responsável pelo desenvolvimento dos Referenciais de Competências, Referenciais de Formação e Kit RVCC das áreas de Educação e Formação das Indústrias do Têxtil e Vestuário.

A atualização do CNQ visa a realização de estudos de diagnóstico de necessidades de qualificações e competências, de âmbito setorial, bem como a conceção dos respetivos referenciais de competências e instrumentos de reconhecimento, validação e certificação de competências profissionais (RVCC Profissional).

Este consórcio, que vigorou entre dezembro de 2022 e dezembro de 2023, integrava ainda o Centro de Formação Profissional da Indústria do Calçado e o Centro Tecnológico do Calçado de Portugal, responsáveis pelo desenvolvimento de Qualificações da Indústria do Calçado e o Centro Tecnológico da Indústria do Couro, responsável pelo desenvolvimento de Qualificações da Indústria do Couro.

O MODATEX, em conjunto com o CITEVE e a Escola Profissional Árvore, foi responsável pela construção pedagógica de Referenciais de Competências e de Referenciais de Formação, com a abertura às novas aprendizagens providas da contínua e veloz evolução das tecnologias. A sustentabilidade e a transição digital estão objetivamente expressas nas competências de todas as qualificações.

As três entidades trabalharam em conjunto para que as Qualificações estivessem alinhadas com a Metodologia de Resultados de Aprendizagem, e para que tenham uma sequência de evolução de Conhecimentos, Aptidões e Atitudes dos futuros formandos, nos diferentes níveis de ensino não-superiores (Níveis 2, 4 e 5), de acordo com o Quadro Nacional das Qualificações.

Ao longo do projeto, o MODATEX esteve em contacto com várias empresas do setor para que possa tomar conhecimento das boas práticas e de temas inovadores para o desenvolvimento das Qualificações. Deste modo, o MODATEX teve a oportunidade de aprimorar as Competências de cada Referencial, ajustando-as às tendências do mercado de trabalho.

Para que o desenvolvimento das Qualificações fosse bem-sucedido, o MODATEX contou com a participação ativa dos colaboradores das diferentes áreas tecnológicas do Centro, bem como com a colaboração de formadores externos, enquanto pertencentes à comunidade MODATEX.

Após o desenvolvimento dos Referenciais de Competências e dos Referenciais de Formação, seguiu-se a construção pedagógica dos KIT RVCC-PRO com os respetivos instrumentos de avaliação, para o Reconhecimento, Validação e Certificação de Competências adquiridas ao longo da vida pelos Adultos. A atual regulamentação está alinhada com o modelo pedagógico de término de uma qualificação completa (saída profissional do Catálogo Nacional de Qualificações), de forma conjugada entre RVCC e Formação Profissional, enquadrado com o projeto de vida de cada candidato.

O CNQ é um instrumento de gestão estratégica das qualificações de nível não superior e de regulação das respetivas modalidades de dupla certificação e dos processos de reconhecimento, validação e certificação de competências que existem, em Portugal, no âmbito do Sistema Nacional de Qualificações.

Entre os seus objetivos, estão a produção de qualificações e de competências críticas para a competitividade e modernização da economia e para o desenvolvimento pessoal e social das pessoas e o desenvolvimento de um quadro de qualificações legível e flexível que favoreça a comparabilidade das qualificações a nível nacional e internacional.

As qualificações do CNQ nos diferentes níveis não têm apenas a circunstância da qualificação completa para uma saída profissional, mas também o da realização de ações de formação modular certificada por Unidades de Formação de Curta Duração (UFC), no aperfeiçoamento e especialização dos ativos empregados do setor, estando a ser preparado um conjunto alargado de UFCCD nas várias especializações, por forma a dar uma maior e mais estruturada resposta formativa, aos colaboradores e às próprias empresas.

MODATEX proporciona as primeiras experiências internacionais no âmbito do ERASMUS+

O Erasmus+ oferece a milhões de europeus a oportunidade de estudar, estagiar, ter formação e ganhar experiência no exterior. O programa europeu para a educação, formação, juventude e desporto, em vigor até 2027, visa potenciar o desenvolvimento pessoal e profissional de todos os cidadãos com vista ao reforço da identidade europeia, do crescimento sustentável, da coesão social e da empregabilidade.

Tendo em vista o alargamento do relacionamento com os diferentes agentes e atores no espaço europeu, com ganho de novas competências, mercados de formação, recursos tecnológicos inovadores, bem como no esperado rejuvenescimento do setor têxtil e vestuário, o MODATEX tem vindo a participar em diversos projetos internacionais, sobretudo no âmbito do programa ERASMUS+, onde está há vários anos.

Com a participação neste projeto internacional, o MODATEX pretende remodelar os modelos da oferta formativa; captar e aumentar o número de jovens talentos em formação; adquirir e incorporar novas técnicas de modelação altamente especializadas nas áreas de produto Lingerie, Bebê e Criança e Corpetes, e nos sistemas Digital e 3D; adquirir e incorporar novas técnicas surgidas na alta-costura, agora aplicadas na indústria tradicional, especificamente na técnica do Draping (ou Moulage). Adquirir e incorporar novas técnicas de desenvolvimento de vestuário para homem no domínio da Alfaiataria; adquirir e incorporar novos processos de produção têxtil para a sustentabilidade nas áreas técnicas de tecidos Jacquard, estampania digital, malhas 3D e enobrecimento têxtil; adquirir e incorporar competências criativas ao nível dos materiais têxteis, na tecelagem, malhas e estampania, com base na sustentabilidade; adquirir e incorporar novos conceitos do desenvolvimento criativo de coleções e produtos de vestuário / moda nos atuais contextos económicos, sociais e de sustentabilidade e adquirir e incorporar novos modelos de negócio do têxtil e vestuário pelos canais digitais (Marketing Digital de Moda e E-commerce na Moda), no contexto internacional das marcas europeias são mais alguns dos objetivos a atingir com esta presença.

Esta mobilidade internacional permitirá aos participantes conhecer novas pes-

soas e diferentes culturas, desenvolver a capacidade linguística, participar ativamente na transição digital e ecológica, adquirir experiência e iniciar uma carreira com dimensão internacional, valorização académica e profissional pelo contacto com outras formas e métodos de qualificação profissional.

Oito formandos e três formadores com mobilidade internacional

Até ao final do terceiro trimestre de 2023, foram 11 os participantes que concretizaram já a sua experiência ERASMUS+ via MODATEX, oito na qualidade de formandos e recém-certificados e três na qualidade de formadores. No último trimestre do ano foram aceites novas candidaturas de potenciais participantes, reiniciando-se um processo cíclico constituído por diversas fases.

De realçar que todas as unidades do MODATEX, Porto, Barcelos, Vila das Aves, Covilhã e Lisboa, estiveram já representadas em mobilidades o que traduz a intenção e o esforço de potenciar, por via deste projeto, o desenvolvimento de toda a organização e, com esta, do setor em todo o país.

O foco das primeiras mobilidades internacionais para fins de aprendizagem, realizadas no âmbito da acreditação do MODATEX, foram sobretudo em áreas técnicas, como a Modelação em produto criança e lingerie com recurso a 3D. Estas formações enquadraram-se no objetivo estratégico de contribuir para o rejuvenescimento da força de trabalho do setor nas áreas de modelação e produção.

Espanha, França e Itália revelaram-se, tal como previsto, destinos de grande valor para a construção de um espaço educativo europeu e para a partilha de conhecimentos e competências no setor.

A realização de uma ação de formação no MODATEX é a condição que habilita os formandos à mobilidade e à realização de um estágio numa empresa de outro país. Esta experiência internacional pode ocorrer no âmbito do estágio curricular da ação a frequentar, ou até um ano após conclusão da formação que torna elegível.

Já no que diz respeito a formadores, fazer parte da bolsa de formadores do MODATEX habilita para a observação de posto de trabalho numa escola ou centro de formação e empresa de outro país.



REALIZAÇÃO DE ESTÁGIO INTERNACIONAL ERASMUS+ EM EMPRESA

1. Participação em ação de formação no MODATEX
2. Candidatura a mobilidade individual de Aprendizagem ERASMUS+ no MODATEX
3. Entrevista com os candidatos pré selecionados
4. Preparação da mobilidade:
 - a. Enquadramento de empresa
 - b. Preparação do formando ou ex-formando
 - c. Assinatura do Acordo de Aprendizagem
 - d. Transferência do valor de financiamento
 - e. Preparação da viagem
5. Realização da Mobilidade ERASMUS+
6. Avaliação da Mobilidade ERASMUS+
7. Disseminação sobre resultados da Mobilidade ERASMUS+

ACAP

O MODATEX assinou um protocolo de cooperação com a Associação da Comunidade Afegã em Portugal (ACAP) que visa apoiar o desenvolvimento de um projeto de capacitação de mulheres afegãs e a sua integração no mercado de trabalho.

Seja devido à dificuldade de introdução no mercado de trabalho, à dificuldade de compreensão da língua, ou ao reconhecimento de graus académicos, são várias as adversidades com que estas mulheres são confrontadas. O projeto em causa, cujo objetivo passa, essencialmente, pela aquisição de novas competências, não só facilita a sua integração, como lhes permite ter acesso a outras oportunidades. A iniciativa desenvolvida pela ACAP e pelo MODATEX propôs a criação de um atelier / espaço de formação, no qual 12 mulheres afegãs adquiriram competências na área da confeção de trajes tradicionais afegãos, mas também no desenvolvimento de um pequeno negócio.

Mohammad Elham, responsável pela ACAP, dá nota do trabalho desenvolvido pela Associação em prol da integração desta comunidade e do papel que o MODATEX tem desempenhado na capacitação destas formandas.

Qual é o propósito da Associação da Comunidade de Afegãos em Portugal (ACAP)?

A Associação da Comunidade Afegã em Portugal (ACAP) foi fundada em 2020, mas só foi oficialmente registada em janeiro de 2021. O principal objetivo da Associação é apoiar a comunidade afegã residente em Portugal, defendendo os seus direitos, estabelecendo ligações com entidades governamentais relevantes, fornecendo orientação sobre integração na sociedade portuguesa, familiarização com a nova cultura e apoiando eventos culturais e sociais, troca de informações e experiências, maximizando o tempo para uma integração social tranquila.

Quais são as áreas de intervenção da ACAP?

A melhoria do bem-estar, incluindo vida social, saúde, educação e carreira dos jovens e crianças, e homens e mulheres afegãs a viver em Portugal.

Qual é o feedback que receberam em relação ao processo de integração e quais são as principais dificuldades enfrentadas pela comunidade afegã em Portugal?

As principais preocupações com a integração estão, sobretudo, relacionadas com o processo de aprendizagem da língua, educação, oportunidades de emprego e meios de subsistência para os próximos anos. Estas questões requerem foco e um planeamento adequado por parte do governo dos países onde os refugiados estão instalados. Comunidades e organizações não governamentais, desempenham um papel fundamental na abordagem aos desafios da língua e no desenvolvimento de competências técnicas e vocacionais para ingressar com sucesso no mercado de tra-

balho e, consequentemente, assegurar os meios de subsistência.

A Associação assinou um protocolo de cooperação com o MODATEX. Como surgiu a ideia desta colaboração?

No âmbito do trabalho que a ACAP desenvolve na procura de possíveis parceiros para apoio ao desenvolvimento de competências profissionais, contactamos o MODATEX para a realização de uma reunião. Pedido prontamente aceite e no decorrer do qual explicamos a natureza e o objetivo do trabalho que desenvolvemos, a vulnerabilidade da comunidade de refugiados afegãos, a necessidade urgente do desenvolvimento de competências das mulheres refugiadas afegãs e possíveis oportunidades de emprego e empreendedorismo. O projeto interessou aos colegas do MODATEX, e depois de algum tempo formalizamos a parceria.

Em que consiste esta parceria?

O projeto consiste em ministrar um curso de formação em costura e alfaiataria a 12 mulheres refugiadas afegãs, com o objetivo de aumentar os seus conhecimentos técnicos sobre o processo de confeção de trajes típicos afegãos e possivelmente integrar a cultura afegã e portuguesa para lançar um novo produto no mercado. O objetivo do projeto é preparar as mulheres refugiadas afegãs para futuras oportunidades de emprego e empreendedorismo.

Qual é o papel do MODATEX?

O MODATEX é o principal parceiro do projeto e assinou um acordo com a Associação da Comunidade Afegã em Portugal (ACAP) para apoiar tecnicamente o projeto. O MODATEX preparou o plano curricular com a duração de 125 horas, e designou um formador para treinar as formandas dois dias por semana. No mês de julho, as 12 formandas estiveram nas instalações do MODATEX, onde tiveram acesso a todos os equipamentos e salas de formação.

Como avalia esta parceria?

Esta colaboração é, de facto, uma ótima oportunidade para a Associação da Comunidade Afegã em Portugal (ACAP). O suporte técnico e profissional fornecido pelo MODATEX é realmente muito importante, complementando as atividades e objetivos do trabalho desenvolvido pela Associação.

Em que fase se encontra o projeto? Tem correspondido às expectativas?

O projeto terminou no final do mês de agosto. As alunas aprenderam a cortar, a projetar e costurar camisas, calças e trajes típicos afegãos, o que as poderá ajudar, por exemplo, a abrir o seu próprio negócio no futuro. Cumpriu todos os objetivos definidos.

Calzedonia estabelece parceria com o MODATEX para formação de engenheiros industriais

Riccardo Romani, diretor de produção da Calzedonia, em entrevista à VESTIR destaca a parceria com o MODATEX e a formação aos 9 engenheiros industriais recém-contratados. O rejuvenescimento e a atratividade da indústria têxtil é um desafio global, que os diferentes intervenientes na cadeia ITV têm de ter a habilidade de contornar.

O que motivou a escolha do MODATEX como um dos parceiros da Calzedonia para a formação?

Riccardo Romani: Tínhamos algumas referências obtidas a partir de alguns colegas que trabalham na Calzedonia, há mais de dez anos, e que são originários do Porto, uma cidade reconhecida pela qualidade da formação e do ensino. Para além de que é um local onde se sente um enorme “carinho” pela indústria têxtil. Na nossa ótica não são apenas as competências técnicas e a experiência profissional, mas a atitude e o amor por este negócio, que fazem toda a diferença no sucesso. E também tínhamos conhecimento que o MODATEX era uma entidade que reunia todas estas características: competência técnica e profissional, associada à paixão pela ITV. Temos necessidade de integrar na nossa cadeia de abastecimento interna verticalizada, recursos humanos com mais preparação e conhecimentos técnicos no setor. A formação dos nossos engenheiros é na área industrial. Não é focada no têxtil e sentimos cada vez mais necessidade de especialização nesta que é a principal área de atividade do grupo.

Qual foi o feedback recebido dos colaboradores que já frequentaram a formação?

RR: Extremamente positivo, não só do ponto de vista dos conhecimentos e das competências técnicas adquiridas, mas também sobre o MODATEX, a cidade do Porto e o país.

Quais as principais competências a adquirir?

O que se espera é que os nossos engenheiros adquiram uma visão geral das diferentes etapas do processo produtivo, no sentido em que precisam de compreender o que é o tecido, a costura, o fitting, como se faz um molde em papel, o corte... quais são os procedimentos desde o desenho até à peça final. É uma diversidade de pequenos detalhes e passos, cuja junção dá a picture geral do que acontece na indústria têxtil. E é essa abordagem lata que necessitamos que os nossos colaboradores tenham.

Qual a relevância desta formação para a estrutura Calzedonia?

É fundamental. Quando eu comecei a minha carreira na Calzedonia, há mais de 20 anos, a formação foi “vamos reservar um voo para o Sri Lanka, para uma fábrica, e fazer qualquer coisa”. Aterrámos no meio de 2 500 costureiras, onde não se consegue perceber nada. Pouco a pouco, aprende-se a interagir com as pessoas, aprende-se o que é o tecido. Com esta formação no MODATEX temos um ponto de partida organizado, num ambiente controlado e programado para que quando os nossos

engenheiros forem para uma unidade consigam logo perceber o que é que se está a passar.

Equacionam manter este modelo de formação com o MODATEX no futuro? Quais são as expectativas?

Muito elevadas. Consideramos enviar mais pessoas para fazer esta formação, inclusive eu. A cidade é muito bonita. Com um ambiente excelente que se estende ao MODATEX. Temos alguns centros de formação semelhantes em Itália, mas o conceito é totalmente diferente no sentido em que as pessoas estão muito direcionadas para o design de moda. Todos querem ser designers. Serem um novo Giorgio Armani ou um Valentino. Fico muito contente se alguém conseguir atingir o mesmo patamar ou equiparado. Mas também temos de ter em conta que a Calzedonia é uma empresa verticalizada, pelo que investe muito na produção de tecidos e na sua transformação em peças de vestuário. A conceção é uma história e a produção é outra. A parte do negócio em que desejamos estar diretamente envolvidos em termos de responsabilidade é a indústria, a produção de vestuário e é esta a formação que necessitamos que as pessoas tenham.

Quais as perspetivas e os desafios para o futuro a curto prazo?

Penso que este tipo de aproximação cultural entre Itália e Portugal pode dar bons resultados. É um projeto que está a dar os primeiros passos. A principal componente a desenvolver na parte industrial da Calzedonia é a tecnicidade, o conhecimento e a abordagem técnica. Em Itália, a idade média das pessoas que temos na indústria, com competências técnicas, é de cerca de 50 anos. A questão que se coloca é que precisamos de renovar equipas. E parece-me que os jovens não olham para esta área como uma profissão de futuro, por puro desconhecimento da realidade. Quando conseguimos mostrar o que é esta indústria, a maioria das pessoas gosta. Portanto, é uma questão de quebrar os constrangimentos, as barreiras e tentar fazer com que as pessoas compreendam que a produção têxtil não é um trabalho para os países pobres. É algo que é importante, crucial, e estamos a investir nisso. Produzimos em Itália, na Croácia, no Sri Lanka e na Tunísia. Continuamos a abrir novas unidades de produção que constituem grandes oportunidades de emprego. Acreditamos na verticalização, porque para nós acrescentar e diversificar a capacidade de produção interna é uma oportunidade para sermos mais competitivos, controlando os custos, a qualidade e o design das peças. Esta é uma grande vantagem competitiva em relação aos nossos concorrentes.



“O MODATEX é o principal parceiro do projeto”

PROMOVEMOS E VALORIZAMOS A MODA PORTUGUESA

Apoio à internacionalização

Missões empresariais

Política comercial e industrial

Direito laboral, fiscal, comercial, judicial, civil, administrativo

Etiquetagem, normalização, simbologia de conservação de têxteis, reach, energia

Oportunidades de negócio

Formação profissional

Membro de: GINETEX / INTERCOLOR / IFTF / CFE



www.childrensfashionfromportugal.com



www.fashionbrandsfromportugal.com

Visão Prospetiva e Estratégias ITV 2030

Contributo para um Plano Estratégico
para o Sector Têxtil e Vestuário
Português até 2030

Disponível em:

www.atp.pt



Co-financiado por



www.anil.pt



ASSOCIAÇÃO NACIONAL DAS INDÚSTRIAS DE LANIFÍCIOS
PORTUGUESE WOOL TEXTILE ASSOCIATION

Av^a da Anil – Apartado 528 – S. Lázaro
6201 907 Covilhã
Portugal
T: + 351 275319140
F: + 351 275319144
geral@anil.pt
www.anil.pt

Estamos online e mais perto de si.

Encontre o melhor
para si no IEFP,
o seu serviço público
de emprego.

iefponline
Sempre consigo.

ligue-se a nós em iefponline.iefp.pt

LAMEIRINHO complementa oferta com colaboração do MODATEX

Desde outubro de 2022 que a LAMEIRINHO, uma referência na indústria têxtil, deu início a um processo interno de desenvolvimento de competências na área da Modelação para Têxteis-Lar. Um plano de formação personalizado e inteiramente ajustado pela equipa do MODATEX, com vista a colmatar uma carência específica dos recursos humanos da LAMEIRINHO, criada pela necessidade de dar resposta a uma nova área: produção de roupa de dormir e outros acessórios complementares à roupa de cama. A versatilidade e rapidez de resposta do MODATEX é uma das características que o responsável pelo departamento de Recursos Humanos da LAMEIRINHO, Paulo Carvalho, mais valoriza numa relação que já vai longa.

Quantos colaboradores da LAMEIRINHO estiveram envolvidos neste processo de aquisição de novas competências?

Estiveram envolvidos neste processo 19 colaboradores.

O que motivou esta reconversão?

Não lhe chamaria propriamente uma reconversão, mas sim aumento/diversificação de competências, uma vez que o que originou esta necessidade de desenvolvimento /aperfeiçoamento de novas competências foi o aumento da procura, por parte de alguns dos nossos clientes, de roupa de dormir e outros acessórios complementares à roupa de cama, que é o nosso principal produto. Daí a necessidade de diversificar a oferta dos nossos produtos.

Há quanto tempo está este processo a decorrer?

Este processo está a decorrer desde outubro de 2022, altura em que em conjunto com o MODATEX iniciámos o planeamento da formação em Modelagem para Têxteis-Lar, com o objetivo de dotar as nossas colaboradoras de competências técnicas de modelagem, que lhes permitisse desenvolver moldes para a produção de roupa

de dormir e outros acessórios complementares à roupa de cama. Essa formação decorreu entre dezembro de 2022 e março de 2023.

Que balanço é possível fazer a propósito desta ação de formação?

O balanço é bastante positivo, uma vez que já conseguimos formar uma equipa de colaboradoras com as competências necessárias para o desenvolvimento dos moldes que necessitamos para conseguirmos ser autónomos e, internamente, satisfazer as necessidades dos nossos clientes, sem recurso à contratação de serviços externos nesta área.

Qual o papel do MODATEX neste projeto?

O MODATEX teve um papel muito importante no planeamento e desenvolvimento do programa de formação à medida das necessidades da LAMEIRINHO. Normalmente, este tipo de formação está mais parametrizada para o têxtil de vestuário (moda) e o MODATEX fez um excelente trabalho na adequação do programa às necessidades concretas da LAMEIRINHO. Assim como na seleção da formadora que foi excelente e preponderante no sucesso desta formação.

Há quantos anos existe esta ligação entre a LAMEIRINHO e o MODATEX?

Desde 2015 que a LAMEIRINHO e o MODATEX mantêm uma forte e estreita ligação. Temos sido parceiros ao longo dos anos no desenvolvimento de várias ações de formação, em diversas áreas de atividade do têxtil, com o objetivo de aumentar a qualificação dos seus recursos humanos e combater o desemprego.

O que levou a LAMEIRINHO a contactar o MODATEX para apoiar este projeto? Quais considera serem as mais-valias deste centro de formação?

O que levou foi exatamente a já longa relação de parceria que existe entre as duas

entidades e a importante experiência e qualidade da formação que a LAMEIRINHO reconhece que o MODATEX tem nesta área do Modelismo, entre outras ligadas à indústria têxtil.

Qual o papel da reconversão na indústria têxtil?

A indústria têxtil tem que ter capacidade de acompanhar e adaptar-se às novas exigências do mercado. Tem que estar preparada para responder de uma forma eficaz à procura de novos produtos e novas tendências do mercado e cada vez mais ser capaz de satisfazer os seus clientes.

Quais são os principais desafios que se colocam atualmente à indústria têxtil no geral e à LAMEIRINHO em particular?

Os principais desafios que se colocam atualmente à indústria têxtil, aos quais a LAMEIRINHO não é exceção, passam por sermos capazes de rapidamente nos adaptarmos às mudanças e às novas exigências a nível da inovação, sustentabilidade, economia-circular, eficiência energética e, também muito importante, sermos capazes de tornar a indústria têxtil suficientemente atrativa para conseguir atrair e reter mão-de-obra cada vez mais qualificada, que nos permita rejuvenescer e satisfazer as necessidades futuras de recursos humanos.

Que peso tem a roupa de dormir e acessórios no negócio da LAMEIRINHO?

Neste momento é residual. Acima de tudo o importante é a capacidade, de uma forma autónoma, de satisfazer as necessidades dos nossos clientes.

Perspetivas a curto/médio prazo de outras alterações?

Como já referi, temos que estar preparados para todo o tipo de desafios que nos possam aparecer e sermos capazes de rapidamente adaptarmo-nos e respondermos de forma assertiva e com qualidade.

LAMEIRINHO

“TEA&CHEESE enfatiza a importância da sustentabilidade na ITV”

Um cidadão europeu consome, em média, por ano, cerca de 26 kg de têxteis, ao mesmo tempo que gera 11 kg de resíduos têxteis. Os números constam de um estudo recentemente publicado pela Organização não-governamental Zero Waste Europe e ajudam a perceber por que razão a indústria têxtil e do vestuário (ITV) é uma das mais poluidoras do mundo. Em Portugal apenas 1% dos resíduos por ela produzidos são encaminhados para a reciclagem.

Nesse sentido, com o objetivo de conscientizar o público em geral, e o setor em particular, para a necessidade de combater o desperdício, a delegação do MODATEX da Covilhã lançou, em 2021, o Tea&Cheese. Trata-se de um concurso, destinado ao público em geral, no qual são levados a desfile coordenados compostos por peças de upcycling, ou seja, criação de peças novas a partir da reutilização de outras peças de roupa ou de sobras de tecido e fios -, de modo a prolongar o ciclo de vida de uma peça roupa e, assim, promover a sustentabilidade.

Em entrevista à Revista Vestir, Carla Azevedo, delegada do MODATEX da Covilhã, explica como surgiu o Tea&Cheese, por que faz um balanço positivo deste concurso que já vai na sua terceira edição, e destaca a importância do tema da sustentabilidade na ITV.

Como nasceu a ideia de organizar este concurso?

O Tea&Cheese nasce da iniciativa dos colaboradores da delegação do MODATEX da Covilhã, depois de terem participado numa feira em Berlim, na Alemanha, pela importância da temática da sustentabilidade no setor e pelo impacto ambiental provocado pelo desperdício gerado pela ITV, por outro, de promover o MODATEX bem como as suas várias atividades.

O upcycling é uma técnica que, embora não seja nova, está em ascensão...

A ITV continua a representar uma grande pegada ecológica e as formas convencionais de reutilização e reciclagem de têxteis são manifestamente insuficientes. Nesse sentido, o upcycling assume cada vez mais o papel de mudança de paradigma em relação à moda tal como a co-

nhecemos até aqui. E este concurso vem precisamente enfatizar a importância da sustentabilidade no setor têxtil, porque ela não é de todo uma tendência, é sim uma forma de repensar os nossos modos de vida que acompanhará as gerações futuras.

Que papel tem a sustentabilidade no MODATEX como centro de referência no setor da indústria têxtil?

Como Centro de Formação, o MODATEX assume o compromisso de dar o exemplo com políticas de gestão baseadas no respeito dos princípios do desenvolvimento sustentável e com a organização de eventos como o Tea&Cheese, que são também promotores do conceito.

Como podemos tornar a moda mais sustentável e amiga do ambiente?

Trabalhar em processos com baixos impactos ambientais, tendo sempre presente nas decisões diárias os 5 R: Reduzir, Reutilizar, Recuperar, Renovar e Reciclar.

Tea&Cheese: o nome é uma homenagem à história e à cultura da Covilhã?

O nome procura exaltar e promover dois produtos endógenos da Covilhã. A cidade chegou a ser, em tempos, a capital do chá – o seu consumo enraizou-se no século XVII, por influência dos ingleses quando visitavam as fábricas para importar os lanifícios da região. A Covilhã também faz parte da área geográfica de produção do Queijo da Serra, albergando o Museu do Queijo, onde se descobre o processo de fabrico daquele que é reconhecido como um dos melhores queijos do mundo, o Queijo da Serra. Optámos por traduzi-lo para a língua inglesa, que lhe confere universalidade, pois temos o objetivo de internacionalizar o concurso.

Quantas candidaturas se registaram nas três edições do concurso?

No total registaram-se 51 candidaturas. Nesta última edição, a terceira, recebemos 25; na segunda 14 e na primeira 12. Os números mostram que o concurso está a crescer e que tem um grande potencial.

Portanto, o balanço é positivo...

Sim, temos um número crescente de ins-

crições de edição para edição, os trabalhos apresentados têm cada vez mais qualidade e o evento tem conseguido chegar a cada vez mais público. Acredito que os objetivos a que nos propusemos no início têm sido cumpridos. O Tea&Cheese tem contribuído para elevar o nome do MODATEX e para que as suas atividades sejam reconhecidas tanto pelo público em geral, como pelo tecido empresarial.

Quais as mais-valias do Tea&Cheese?

O Tea&Cheese permite-nos alargar a rede de contactos locais, nacionais e mesmo internacionais, pois já tivemos, e continuamos a ter, candidatas de nacionalidade estrangeira. E acrescenta valor à Covilhã e a toda esta região, porque permite não só atrair visitantes, como também alargar a sua oferta cultural.

E quais as principais dificuldades que têm sentido?

Por um lado, o facto de estarmos inseridos numa região do interior do país, por se tratar de um projeto pioneiro na região, é também uma das dificuldades que sentimos.

Em que medida é importante terem como entidades parceiras a Câmara Municipal da Covilhã e a Universidade da Beira Interior? Em que se materializam essas parcerias?

As parcerias com a Câmara da Covilhã e com a Universidade da Beira Interior têm-se revelado fundamentais na medida em que nos permitem atingir outros públicos que não só os ligados à formação profissional. E materializam-se ao nível da divulgação do evento, do apoio logístico e da angariação de inscrições.

Esta aproximação do ensino profissional às universidades é estrutural para o ensino em Portugal?

Sem dúvida. Do ponto de vista do MODATEX, o ensino profissional e o universitário são distintos, mas assumem um papel de complementaridade essencial. E esta aproximação torna-se também importante do ponto de vista da prossecução dos estudos.

—



TEA & CHEESE

—
CONCURSO
UPCYCLING
+ DESFILE

—
10 NOV 2023
MODATEX
COVILHÃ



1º PRÉMIO — ANA MARGARIDA SARGENTO, INÉS VICENTE E SÓNIA SOUSA

MENÇÃO HONROSA — MARIA MIGUEL DIAS



2º PRÉMIO — MARIANA COSTA



MENÇÃO HONROSA — JOANA OLHO AZUL



3º PRÉMIO — MARIA TERESA MEDEIROS





MODELAÇÃO E CONFEÇÃO DE VESTIDO DE NOIVA MODATEX LISBOA

Formandas

Chirley Mota

Bela Luz Ferreira

Marta Silva

Bárbara Rodrigues

Solange Lucas

Catarina Martins

Dóris Gonçalves

Marília Mendonça

Olivia Pina

Tânia Silva

Fotografia

Giselle Hinterholz



CHIRLEY MOTA / MODELO: MARIA SEQUEIRA



BELA LUZ FERREIRA / MODELO: VANESSA SUHR



MARTA SILVA / MODELO CECÍLIA FAIAS (AGENCIA NXT MANAGEMENT)



BÁRBARA RODRIGUES / MODELO: CECÍLIA FAIAS (AGENCIA NXT MANAGEMENT)



SOLANGE LUCAS / MODELO: VANESSA SUHR



CATARINA MARTINS / MODELO: CAROLINA WILHANO (AGENCIA NXT MANAGEMENT)



DÓRIS GONÇALVES / MODELO: MARIA SEQUEIRA



MARILIA MENDONÇA / MODELO: CAROLINA MILHANO (AGENCIA NXT MANAGEMENT)



OLIVIA PINA / MODELO: CECÍLIA FAIAS (AGENCIA NXT MANAGEMENT)



TÂNIA SILVA / MODELO: CRISTIANE BARTOLOMEU

Rostos de sucesso: **Luís Buchinho**

“A reinvenção é o que mais me fascina neste ‘métier’”

Nasceu em Setúbal, mas mudou-se para o Porto ainda adolescente para se formar em Design de Moda em 1989, no CITEX, atual MODATEX, onde hoje é formador. Desde então e desde cedo com uma marca homónima, construiu uma carreira de sucesso, em Portugal e além-fronteiras, que já lhe valeu vários prémios. Em entrevista à VESTIR, o estilista de 54 anos fala sobre o passado, o presente e um objetivo para o futuro.

Como é que um jovem apaixonado pela ilustração e pela banda desenhada foi conquistado pela moda?

Isso aconteceu na adolescência e a paixão pela BD foi sofrendo algumas mudanças. Quando comecei a ter contacto com o fenómeno da música pop, fiquei fascinado com os videoclipes da altura e com o lado moda que estava sempre presente, embora ainda não soubesse identificar isso. Mais tarde descobri, através das revistas, ilustradores de moda e o meu interesse pela ilustração mudou-se completa e totalmente para a moda. Passei a desenhar apenas croqui. A partir daí, comecei a perceber que gostava também de criar.

E como surgiu a ideia de integrar o CITEX?

Os meus croquis de moda começaram a circular na sala de aula da cadeira de Artes Visuais, no liceu. A minha professora reparou neles e disse que era aquilo que eu tinha de seguir. Entretanto, descobriu um anúncio do CITEX com o seu concurso para as 25 vagas do curso de Design de Moda e desafiou-me a concorrer. Fiquei um bocado surpreendido, mas concorri, embora com alguma desconfiança, natural para um rapaz de 16 anos que ainda não sabia muito bem o que queria do futuro. Fui selecionado, mudei-me de Setúbal para o Porto e integrei a turma de 1986.

O curso cumpriu as expectativas?

Foi uma surpresa muito grande, porque esperava que fosse muito à base de ilustração. Não estava preparado para a técnica do curso, de costura, de modelação.... Eram áreas que eu não dominava e que não gostava de todo. E o curso começou com um mês intensivo de confeção, o que, para mim, foi uma violência. Fiquei um bocado ansioso com a minha decisão até. Mas quando começou o módulo normal, em que já estavam integradas as cadeiras de ilustração, de desenho de figura humana e de história de moda, comecei a perceber que aquilo a que eu tinha concorrido tinha, na verdade, a sua existência nas outras disciplinas.

Quais as ferramentas adquiridas durante a formação mais valiosas e um fator de diferenciação face a outros designers?

A construção de uma peça de roupa, desde a sua criação até à sua materializa-

ção, é uma tremenda valência do curso. É uma mais-valia os formandos saberem das áreas de costura e de modelagem, as fases inerentes ao processo de montagem de uma peça de vestuário mesmo que não venham a usá-las no futuro.

Em que medida a formação do CITEX teve influência na criação da sua marca?

No arranque da minha carreira, a Helena de Matos [Coordenadora do Curso de Design de Moda do CITEX] selecionou-me para representar o centro no concurso de jovens estilistas da Portex e ganhei o primeiro prémio. Nesse mesmo ano, integrei a Moda Lisboa ano zero, e como também trabalhava na Jotex e tinha a possibilidade de fazer malhas, tive muito depressa a ideia de ter uma marca própria, surgiu quase sem pensar.

Luís Buchinho, Katty Xiomara, Nuno Gama, Nuno Baltazar foram todos formados no CITEX. Qual é o segredo do centro para produzir tantos designers de sucesso?

Acho que é um bocadinho a estrutura do curso, que foi inicialmente desenhado, e muito bem, pela Helena de Matos. O formando sai com uma visão muito periférica das várias facetas que implicam ter uma marca de moda, que passam pelo design, mas também por áreas como a fotografia, o marketing ou a construção raiz de peças. Um aluno formado no MODATEX pode ter várias saídas profissionais, todas elas no âmbito da moda.

É formador no MODATEX desde 2006. Gosta de ensinar?

Gosto de ensinar, transmitir conhecimento, mas também de receber. Permite-me estar perto da camada mais jovem, que na adolescência teve uma série de influências muito diferentes das que eu tive, e que são muito modeladoras do gosto, da atitude estética perante a vida e a moda no futuro. Há sempre coisas a aprender, formas novas de as ver, raciocínios diferentes... O olhar deles está posto sobre coisas que, à partida, posso nem prestar atenção, mas passar a prestar quando eles me fazem tomar consciência delas. Acredito que os formandos têm muito usufruto da minha presença com a minha experiência e com aquilo que lhes faço ver, que são os atalhos para chegar aos mesmos sítios. Não faço grandes julgamentos sobre o gosto, faço sobre

técnica e como chegar ao melhor aspeto possível que as coisas possam ter.

Como vê a evolução do formando ao longo destes anos?

Se na minha altura enquanto formando, nós já eramos bastante multifacetados, hoje eles são muito mais polivalentes, conseguem abranger mais áreas de conhecimento que podem não ser extraordinárias, mas sabem como fazer.

O que mais o fascina na indústria da moda?

Hoje já nada me fascina... O que continuo a achar graça é à capacidade de conseguir continuar a surpreender-me com as coisas que consigo criar de uma maneira que ainda não o fiz. A reinvenção é, provavelmente, o que hoje considero mais fascinante neste ‘métier’.

E como funciona o seu processo criativo? Onde vai buscar inspiração?

O meu processo criativo já teve várias fases. O que hoje modela imenso o meu imaginário é o feedback das minhas clientes e dos lojistas multimarca. Vou recolhendo essas informações e tentando adaptar cada vez mais, processar uma coleção que preencha todas as lacunas que me são apontadas. E disso estão a resultar peças que são criadas de uma maneira muito ligada ao design puro e duro e que possam ser adjetivadas de muitas formas: intemporais, clássicas, modernas, neutras, confortáveis, sofisticadas, mas casuais. Porque acho que é assim que a minha cliente hoje compra uma peça. E no meio disto tudo, a peça tem de lhe despertar paixão, porque vai pagar um valor mais elevado do que está habituada.

Com 33 anos de carreira, ainda há sonhos por cumprir? O que há por fazer?

Há sempre coisas por fazer.... Quanto mais não seja, o grande objetivo pode ser não fazer absolutamente nada, que é para onde estou cada vez mais inclinado. A serenidade é o objetivo.

Que conselho daria a quem deseja ou esteja a iniciar a carreira no Design de Moda?

Façam sempre uma lista daquilo que gostam e não gostam. A lista maior tem de ganhar para dar o próximo passo. E quando se está mal muda-se.

—





FINALISTAS **DESIGN DE MODA** MODATEX PORTO

Alexandre Cavaco
Ana Luísa Marinho
Ana Rita Milhazes
Emanuel Santos
Fabiana Teixeira
Inês Santos
Jéssica Campanhã
Lurdes Ribeiro
Maria Francisca Silva
Maria Miguel Martins
Mónica Almeida
Tânia Lima
Tatiana Afonso

—
Orientação e formação
Diana Pereira da Silva



MIGUEL ZUYDERDUYN / MAKE UP: JULIANA MUA (@JULIANA_MAKEUP_ARTIST) + CRISTIANA ALVES



ARIEL - FACE MODELS / MAKE UP: JULIANA MUA (@JULIANA_MAKEUP_ARTIST) + CRISTIANA ALVES



ANA LUÍSA MARINHO



ARIA BUROVA - BEST MODELS / MAKE UP: JULIANA MUA (@JULIANA_MAKEUP_ARTIST) / CABELO: EMANUEL SANTOS



ESTEFANO SANTOS - FACE MODELS / MAKE UP E CABELO: JULIANA MUA (@JULIANA_MAKEUP_ARTIST)

ANA RITA MILHAZES





RONALDO PINA / MAKE UP: JULIANA MUA (@JULIANA_MAKEUP_ARTIST) + CRISTIANA ALVES

EMANUEL SANTOS



MIAMI / MAKE UP: JULIANA MUA (@JULIANA_MAKEUP_ARTIST) + CRISTIANA ALVES

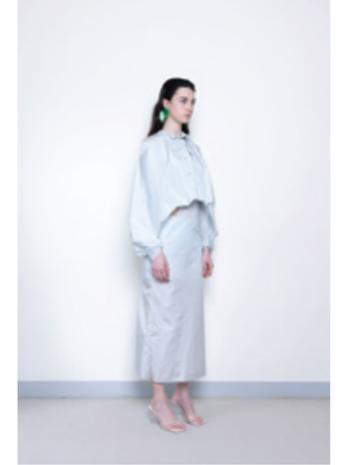


SANDRA FERNANDES - FACE MODELS / MAKE UP: JULIANA WUA @JULIANA_WUA / CABELO: EMANUEL SANTOS

FABIANA TEIXEIRA



INÉS SANTOS



JÉSSICA CAMPANHÃ



ARIANA SOEIRO - BEST MODELS / MAKE UP: JULIANA MUA @ JULIANA_MAKEUP_ARTIST / CABELO: TINA PALMA



LURDES RIBEIRO



ARIANA SOEIRO - BEST MODELS / MAKE UP: JULIANA MUA @JULIANA_MAKEUP_ARTIST / CABELLO: TINA PALMA

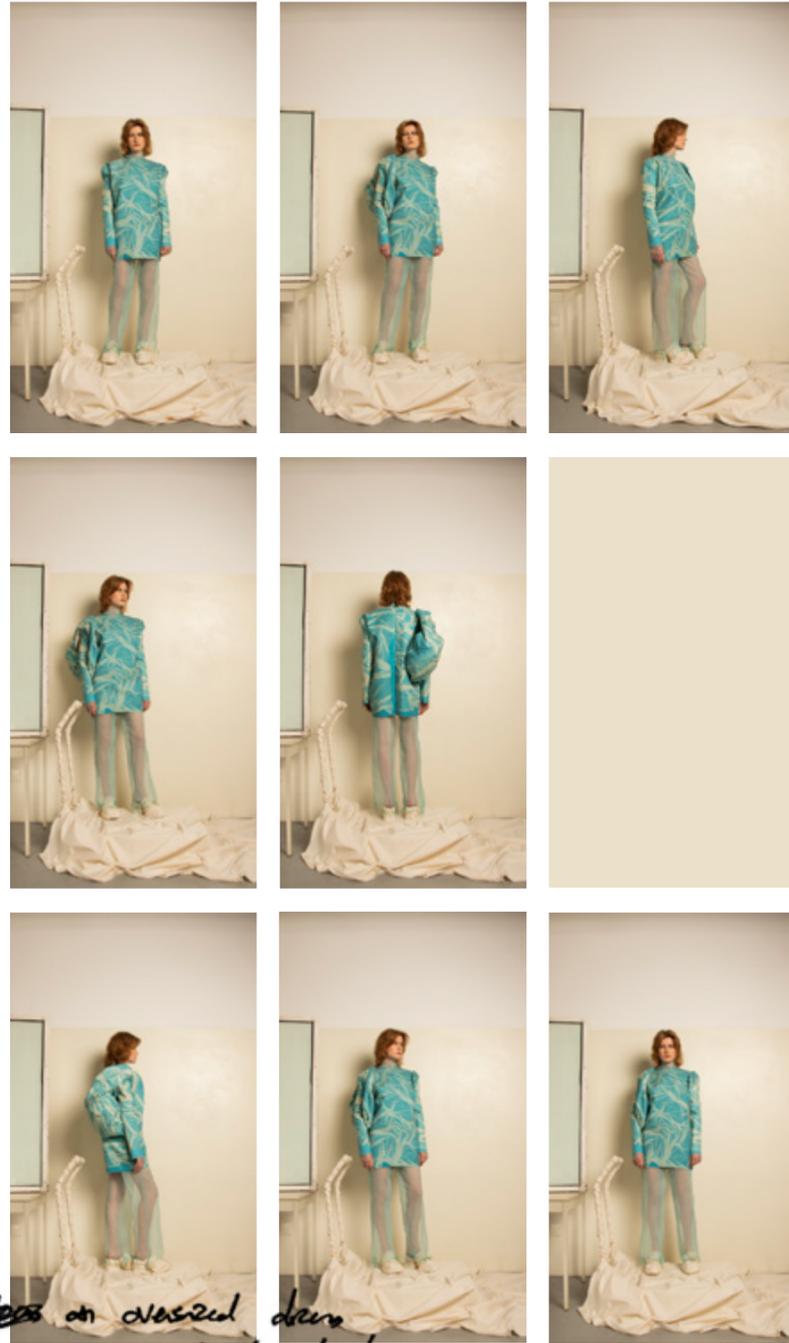




MARIA FRANCISCA

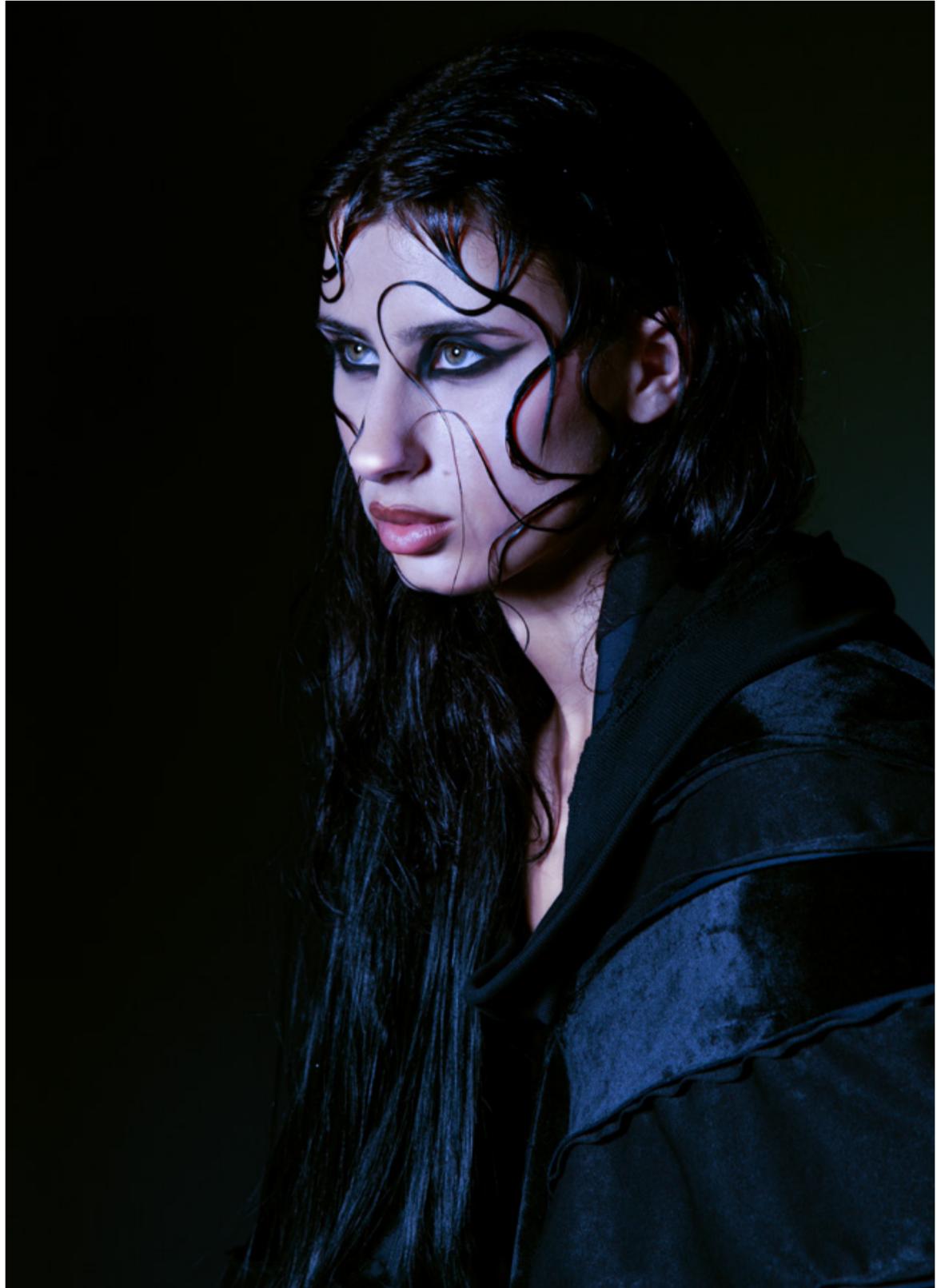


CONSTANÇA PEREIRA - FACE MODELS / MAKE UP E CABELO: JULIANA NUA (@JULIANA_MAKEUP_ARTIST)



col by ~~water~~ on dressed dera
with a stamping emulsion print of a texture of a ferns
engraved. the pants have millimetric topstitching
in a contrasting color.





MÓNICA ALMEIDA



CONSTANÇA PEREIRA - FACE MODELS / MAKE UP - JULIANA LUIZ @ JULIANA_MAKEUP_ARTIST / CABELO: EMANUEL SANTOS

TÂNIA LIMA



SANDRA FERNANDES · FACE MODELS / MAKE UP: JULIANA MUA @JULIANA_MAKEUP_ARTIST / CABELO: EMANUEL SANTOS





TATIANA AFONSO



ARIANA SOEIRO - BEST MODELS / MAKE UP: JULIANA MUA @ JULIANA_MAKEUP_ARTIST / CABELO: EMANUEL SANTOS



FINALISTAS
**DESIGN
DE MODA**
MODATEX
LISBOA

Ana Maricato
Bárbara Atanásio
Daisy Trindade
Diana Fernandes
João Pedro Conceição
Raquel Bernardo
Renato Luíz

—
Fotografia
Tiago Serrano





MODELO: BEATRIZ SILVA (CENTRAL MODELS)

BÁRBARA ATANÁSIO



MODELOS: MAEL + BEATRIZ SILVA (CENTRAL MODELS)

DAISY TRINDADE



DR



DR



DR

DIANA FERNANDES



DR



MODELO: MARTA MARTINS (CENTRAL MODELS)

JOÃO PEDRO CONCEIÇÃO



MODELO: BEATRIZ SILVA (CENTRAL MODELS)



DR

RAQUEL BERNARDO



MODELOS: MAEL (CENTRAL MODELS)



MODELOS: MARTA MARTINS • BEATRIZ SILVA (CENTRAL MODELS)

RENATO LUÍZ



Renato Luiz, o novo talento da moda nacional



Renato Luiz tem 33 anos e está a terminar o curso de Design de Moda na delegação de Lisboa do MODATEX. Depois de um estágio com Valentim Quaresma, criou a sua marca homónima e começa a ganhar visibilidade e projeção nacional, sendo já apontado como um novo talento. Ao MODATEX agradece a qualidade da formação, a equipa de profissionais experientes e o ambiente de aprendizagem.

Como é que surgiu o gosto pela Moda?

Desde criança, sempre tive um fascínio pela moda e pelo poder que ela tem em expressar a personalidade e individualidade de cada um. No entanto, a minha primeira formação foi em Economia, após a qual senti que algo faltava na minha vida profissional e pessoal. Foi nesse momento que decidi seguir a minha paixão pela criação e design e inscrevi-me num curso de Design de Calçado, onde descobri o meu interesse pela área de marroquinaria. Após esta formação decidi criar a minha própria marca de moda, a mymimu que contribuiu significativamente para o meu crescimento profissional.

Como surgiu a marca Renato Luiz?

Em outubro de 2021, decidi dar um novo passo na minha jornada na moda criando a marca homónima "Renato Luiz". Esta marca representa um novo capítulo na minha carreira e surge durante o meu curso no MODATEX, onde pude aprimorar as minhas habilidades e descobrir ainda mais a minha paixão por esta área. Após o meu estágio com Valentim Quaresma, e a convite do mesmo, tive a oportunidade de participar do Mercado P'la Arte, onde apresentei pela primeira vez peças da minha autoria sob a marca "Renato Luiz". Foi uma experiência gratificante e que me inspirou a continuar a trabalhar nesta área.

O que distingue a marca e a torna única?

A "Renato Luiz" é um estilo moderno e inovador, aliado à qualidade dos materiais e ao cuidado artesanal com que cada peça é produzida. Uso upcycling de tecidos e deadstock tentando contribuir para uma moda slow fashion.

Qual é a sensação de ser apontado como uma jovem promessa no mundo da moda?

Fico muito feliz que assim seja e agradeço às pessoas que gostam do meu trabalho e que muito contribuem para a minha evolução enquanto designer e me motivam a continuar este percurso.

Como reage quando vê as suas criações na rua?

Sinto um misto de orgulho e satisfação. É uma sensação única ver as peças que criei serem apreciadas e usadas pelas pessoas.

Como se define enquanto designer e profissional da Moda?

Como um designer que procura explorar novos materiais de uma forma criativa e valorizando a qualidade dos produtos que desenvolvo.

O que mais aprecia no trabalho como designer?

A possibilidade de criar peças únicas e diferenciadas, que refletem a minha visão criativa e que podem ser apreciadas e usadas por outras pessoas.

Está neste momento a terminar o curso de Design de Moda no MODATEX. Como é que tomou conhecimento do MODATEX? Como tem sido este percurso?

Tomei conhecimento do MODATEX através de amigos e colegas da área da moda. O percurso tem sido muito enriquecedor. Imensas oportunidades de aprender com profissionais experientes e com uma formação prática e de qualidade. Valorizo muito o contacto com a indústria da moda.

Se tivesse que recomendar o MODATEX a um amigo ou familiar quais as características que destacaria?

Recomendaria o MODATEX pela qualidade da formação, pela equipa de profissionais experientes e pelo ambiente de aprendizagem. O meu muito obrigado a todos.



RENATO LUIZ / MODELO: BEATRIZ SILVA (CENTRAL MODELS)

Inspirado pela mãe e pela avó e depois de algumas derivações, Tiago Bessa não teve dúvidas que o seu futuro profissional teria que passar pela moda. Finalista de um dos mais importantes concursos de moda do mundo, o Festival Hyères, e vencedor da edição de 2021 do ModaPortugal, Tiago Bessa tem na Alta Costura, quer seja em nome próprio ou para uma marca, um dos maiores sonhos a realizar fora de Portugal, onde sente que ainda não há um lugar para as suas criações.

Com que idade e como começou este gosto pela moda? Como foi o percurso do Tiago até perceber que era na moda que gostava de trabalhar?

O gosto pela moda começou desde muito cedo, por volta dos 6 anos. Lembro-me de estar no atelier da minha avó e da minha mãe e de tentar desenhar os vestidos que estavam nos manequins. Eventualmente comecei a “costurar” à mão uns vestidos para bonecas, o que depois evoluiu para experiências no busto.

Com o passar dos anos, foi-me sendo inculcada a ideia de que qualquer tipo de carreira no meio artístico seria um tiro no próprio pé e, por causa disso, acabei por ingressar em Ciências e Tecnologias no ensino secundário. A meio deste percurso tornou-se evidente para todos os que me rodeavam que não tinha sido a escolha acertada e, com alguma motivação por parte da minha família, tomei a decisão de seguir Design de Moda no ensino secundário.

Que influência teve a mãe e a avó do Tiago na escolha desta carreira?

Na verdade, a minha avó sempre me desencorajou a seguir esta carreira. Ela contava-me as suas experiências enquanto costureira freelancer em Paris nos anos 70 e 80 e como se tinha apercebido de que o mundo da moda era ingrato, sobretudo para com designers. Era uma profissão que exigia bastante trabalho e era pouco reconhecida e recompensada. A minha mãe sempre foi uma pessoa muito racional e, por isso, sempre me encaminhou para algo mais seguro, mas depois de ter tomado a decisão de seguir moda foi quem mais me apoiou.

Como surge o MODATEX neste percurso?

O MODATEX surgiu quando estava a pesquisar o trajeto de alguns designers portugueses e descobri que a maioria tinha passado pelo centro. Depois de ter conversado com uma ex-formanda de Design de Moda e ter sido informado da vertente prática do curso, achei que seria a opção ideal, uma vez que, pela minha experiência anterior, tudo o que fosse demasiado teórico não era suficiente para me estimular.

Como foi a passagem pelo MODATEX? O que destacaria como as grandes mais-valias deste centro?

A passagem pelo MODATEX mudou-me completamente como designer. Para além de me ter dado as bases técnicas necessárias para desenvolver os meus próprios projetos, o que eu destaco como a grande mais-valia foi mesmo o processo de desconstruir o que é a moda. Se não tivesse passado pelo Centro certamente que não teria a mesma visão e as minhas criações seriam muito mais limitadas.

Estava à espera de ser o grande vencedor no concurso ModaPortugal? O que lhe disseram a sua mãe e a sua avó? Que impacto teve este prémio na carreira e percurso profissional do Tiago?

Não estava nada à espera de ter sido o vencedor do ModaPortugal. Acho que o português tende sempre a diminuir-se perante outras nacionalidades e, por isso, mesmo não criei muitas expectativas em relação ao concurso, fiquei simplesmente feliz de ter uma oportunidade de mostrar o meu trabalho. A minha mãe e a minha avó ficaram obviamente muito orgulhosas. Foi uma coleção que desenvolvi com a ajuda delas durante o confinamento e ter esse trabalho reconhecido a nível internacional é muito gratificante. Este prémio trouxe-me uma grande exposição, o que me permitiu conhecer pessoas do meio com as quais colaborei em vários projetos.

Numa entrevista referiu que a sua coleção Hermaphrodite, com que venceu o concurso ModaPortugal, "foi inspirada no género, porque trabalho sempre alguma coisa relacionada com esta temática". Porquê?

Sempre me inspirei muito na cultura queer nos meus projetos, mas para a coleção final de curso quis trabalhar algo que fosse mais pessoal, onde a narrativa fosse completamente minha. Na altura em que comecei a desenvolver a coleção coincidiu com o primeiro pós-confinamento, onde tinha passado muito tempo a lidar com disforia de género durante os meses que estive em casa. A minha identidade de género sempre foi algo que reprimi ao longo dos anos e achei que a proposta de navegar este assunto seria um bom pontapé de saída para um projeto final.

O género é a sua principal fonte de inspiração? Que mensagem considera fundamental transmitir?

O género tem sido a minha inspiração ultimamente e pretendo com o meu trabalho mostrar o quão prejudicial o conceito de género binário é. Ultimamente com a introdução de conceitos como não binário e neo-pronomes, tenho sentido uma grande resistência no que toca ao reconhecimento destas identidades o que torna projetos como o meu cada vez mais necessários.

Quais as principais dificuldades que foi enfrentando ao longo do seu percurso? E oportunidades? Os prémios são oportunidades?

A maior dificuldade que sinto é que, por vezes, não sou levado a sério como designer. Por muitas vezes já me foi dito que o meu trabalho é mais figurismo do que design de moda, o que não me faria confusão alguma se não fosse usado para diminuir o meu trabalho. Por outro lado, o facto de



DR



DR

ser tão fora do comum tem-me ajudado a destacar nomeadamente quando em contexto de concursos. Os concursos são ótimas oportunidades para obtermos alguma exposição, mas sobretudo ter o nosso trabalho, de uma certa forma, validado pelos nossos pares.

Esteve a estagiar cinco meses em Amsterdão, no atelier da Viktor & Rolf. Como decorreu o estágio? Qual foi a maior aprendizagem?

Os cinco meses no Atelier de alta costura da Viktor&Rolf foram surreais, apesar de ter havido um choque cultural muito grande para ambos os lados no início. Para alguém que admira alta costura e alfaiataria foi bastante inspirador ter a oportunidade de trabalhar numa coleção que casa perfeitamente esses dois mundos e aprendi diversas técnicas que tenho usado desde então no meu trabalho.

Foi um dos 10 nomeados na categoria de moda do prestigiado Festival de Hyères. Como foi a preparação para este concurso?

A preparação para Hyères foi bastante exaustiva, pois tive de alargar a coleção e foi um pouco difícil voltar ao mesmo mindset em que estava quando comecei a desenvolver Hermaphrodite. Foram-me dadas oportunidades incríveis para desenvolver a coleção a um nível superior, que normalmente não estariam ao meu alcance.

Que impacto teve esta participação?

Apesar de ter chegado à final, não consegui arrecadar nenhum prémio. De qualquer forma a seleção para um concurso tão reconhecido já é, para mim, uma vitória. Sinto que todos os desafios que me foram propostos, como por exemplo a nível de sustentabilidade ou até mesmo desenvolver acessórios fora do têxtil, me fizeram crescer como designer e ajudaram-me a elevar o projeto.

Quando participa nestes concursos internacionais, sente que a moda e os designers portugueses são cada vez mais reconhecidos lá fora? Porquê? Quais considera serem as principais causas?

Na verdade, sinto que ainda não temos a presença que merecemos lá fora. Ainda não fomos capazes de nos separarmos do preconceito de que somos apenas bons produtores e não criadores. A maior parte da indústria reconhece-nos pelo facto de sermos um país onde é possível produzir-se com uma ótima qualidade a um preço acessível. É uma realidade ingrata porque estamos cheios de talento, sobretudo no que toca a designers em ascensão, mas que por falta de apoio não têm meios para ir mais longe.

Que conselhos deixaria aos jovens que estão agora a entrar no mundo da moda?

A meu ver, o melhor conselho que posso dar é serem autocríticos e tirarem tempo para refletir sobre o vosso percurso. Muitas vezes o ritmo acelerado da Moda não nos permite

criar algo que é realmente nosso, acaba sempre por ser uma reflexão das tendências e de designers que admirámos. O que é natural quando se inicia um percurso criativo, mas eventualmente temos de saber largar essas referências para podermos criar algo único. Não se contentem com os primeiros rascunhos, onde estão presentes todos os vossos preconceitos do que é roupa, explorem as infinitas possibilidades.

Nestes primeiros anos, o Tiago tem feito sobretudo um percurso internacional. Imagina-se a fazer carreira em Portugal? Quais as principais diferenças que encontra entre os dois mercados?

De momento não consigo imaginar uma carreira em Portugal, uma vez que tenho plena consciência de que o mercado português não tem lugar para mim. Tenho um público alvo bastante distinto e sei perfeitamente que não é em Portugal que vou ser capaz de continuar com a minha visão. Atualmente, o mercado português não valoriza a moda como uma forma de arte e está apenas programado para um ritmo mais rápido no que toca à moda. Enquanto que lá fora, apesar de ser difícil, sei que é possível dar seguimento ao meu projeto, uma vez que o meio artístico é bem mais valorizado.

Que momento destacaria como o mais importante em todo este percurso?

Talvez a seleção para o concurso Hyères tenha sido o momento mais importante, não só pelas experiências que mencionei anteriormente, mas também pelo facto de que acredito que será um ponto de viragem na minha carreira.

Qual é o seu maior sonho do ponto de vista profissional?

O meu maior sonho seria poder criar Alta Costura, quer seja em nome próprio ou para uma marca. O ambiente de atelier e a relação profunda que se cria com toda a equipa quando se trabalha em Alta Costura é algo que me inspira bastante e gostava de voltar a ter essa experiência. Mas também gostaria de trabalhar algo mais Ready to Wear, para explorar a linguagem que criei num contexto totalmente diferente e acho que seria um desafio interessante.

O que inspira o Tiago Bessa?

O que me inspira pode ser resumido às minhas origens. O facto de ter crescido num atelier onde estava rodeado de roupa de cerimónia influencia muito a minha estética. A minha identidade queer teve um impacto muito grande na maneira hiperfeminina que expressei através da moda. As interações positivas e negativas que ser não-binário me fizeram passar acabam sempre por estar refletidas no meu trabalho. E, por fim, o uso de formas orgânicas provenientes da Natureza servem como uma antítese face a comentários de que a minha existência é contranatura.



Attachment is an affective bond that is established with something or someone. It is a permanent and exaggerated dedication and it's the theme chosen for this collection. We are all attached to something, be it a person, a moment, a place, a memory and as this is a final collection, it was important for me to choose a theme like this because it is the end of a path. This collection portrays this feeling, the attachment that people as individuals have to each other and to events. To portray this more abstract theme in a collection, the study of forms was something useful, starting with the collection of personal childhood photographs, when the attachment that one has as a child for the parents and vice versa is visible. The chosen images convey this ~~abstract~~ feeling through touching, holding someone, hugging, grabbing, among other movements that transmit an attachment ~~is the story~~. So that the collection doesn't consist of shapes, different ways of ~~portraying the theme and the fabrics were explored. From~~ *only have the message of*

