

Um novo olhar: Santa Catarina Moda Contemporânea

Leonardo Heitor de Oliveira

Discente do curso Bacharelado em Moda – Hab. Em Design de Moda
da Universidade do Estado de Santa Catarina – UDESC.

leeodeoliveira13@gmail.com

Eliana Gonçalves

Especialista em Moda,
professora do curso Bacharelado em Moda – Hab. Em Design de Moda
da Universidade do Estado de Santa Catarina – UDESC.

elianagonster@gmail.com

O Santa Catarina Moda Contemporânea – SCMC – surgiu com a missão de antecipar e compartilhar tendências e comportamentos de consumo e mercado, promovendo desta maneira a inovação e o fortalecimento das indústrias têxtil e do vestuário no cenário catarinense.

Assegurando-se sobre valores como a responsabilidade, o compromisso, a ética e a transparência, assim como a cooperação, o foco, a inovação e não menos importante a confiança, o Santa Catarina Moda Contemporânea – SCMC – cresce a cada ano em simbiose com as inovações e mudanças do mercado e do campo das tecnologias têxtil.

Os pilares estratégicos do projeto baseiam-se de seus valores, assim como de sua missão, para tornar em nível concreto o SCMC.

Ter um claro posicionamento institucional, manter o foco e atuar como especialistas, compartilhar a visão do design no campo de Moda, promover a integração da cadeia produtiva têxtil e do vestuário são os modos para isso, assim como ser um catalisador permanente de cenários de comportamento de consumo e manter uma política de vanguarda, reconhecida e respeitada por todos os associados.

Na atual edição do Santa Catarina Moda Contemporânea – SCMC – a Universidade do Estado de Santa Catarina faz parceria com quatro indústrias têxtil, a Digra, Fakini, Hering, Lancaster.

Como se desenvolve todo o projeto de coleção entre os alunos participantes do projeto e a empresa parceira da universidade?

Na última edição realizada, um método de trabalho foi criado para modificar a forma do Santa Catarina Moda Contemporânea – SCMC – chamando de Inteligência Compartilhada, que é composto por uma direção criativa, realizada por Jackson Araújo e Luca Predabon, e os times criativos de cada empresa, onde são efetuados workshops e onde também é construída uma etapa da proposta de trabalhos pelos times criativos.

O projeto atual não apresenta como produto final uma só coleção desenvolvida ao longo do SCMC, mas sim são desenvolvidos pelos times criativos os seguintes produtos - *capsule collection* composta de cinco looks, um *fashion video*, uma instalação e um desfile virtual.

No primeiro workshop (*ws#1*) é apresentado um macrotema que, nesta edição, é resort culture, no (*ws#2*) é realizada uma imersão investigativa envolvendo os times criativos com o tema proposto (nesta edição foi em um resort de Santa Catarina), no (*ws#3*) é realizada a apresentação individual das inspirações para o projeto e a consolidação por parte dos integrantes da construção do conceito para o desenvolvimento da *capsule collection*.

No (*ws#4*) são apresentados os croquis dos looks, no (*ws#5*) os protótipos são avaliados e a proposta do vídeo e da instalação é definida, com o apoio da direção criativa, para que no (*ws#6*) seja realizada a coleta de imagens para a gravação dos *fashion videos* e, por último, a gravação do desfile virtual.

Durante todo o processo ocorrem visitas de trabalho dos acadêmicos e coordenador da instituição nas empresas parceiras e os representantes dos times criativos das empresas na instituição de ensino.

Existe uma carga horária específica reservada para a efetuação do projeto? Qual o suporte oferecido pela UDESC ao aluno durante o processo?

A carga horária definida em planilha é de doze horas semanais, porém como coordeno quatro equipes o tempo gasto no projeto é superior ao previsto, em função das viagens realizadas, dos workshops (*ws#*), das visitas de trabalho nas empresas e dos atendimentos realizados na própria instituição. Com relação ao suporte oferecido aos alunos, são dois: o deslocamento para realizar as ações, e a geração das propostas criativas e a concretização das alternativas, este realizado pelo professor coordenador e pelos membros do corpo docente do curso, sempre que solicitado pelo aluno.

Qual a sua função quanto professora e coordenadora responsável dentro do Projeto Santa Catarina Moda Contemporânea – SCMC?

Como coordenadora do programa SCMC/UDESC, sou responsável por todas as ações do programa e das bolsistas, que vão desde a seleção dos acadêmicos, divulgação do projeto em exposições, colaborar com a parte criativa das equipes participantes, auxiliar

nas dúvidas da equipe em qualquer situação, participações em eventos na própria instituição ou fora dela, entre outras tarefas.

Você acredita que o Projeto Santa Catarina Moda Contemporânea – SCMC contribui para a formação acadêmica do aluno de Moda? Como?

O Santa Catarina Moda Contemporânea – SCMC – é uma oportunidade de vivenciar o dia-a-dia de uma grande empresa do setor têxtil e do vestuário, oferecendo uma experiência muito além de qualquer projeto. Normalmente os alunos que se envolvem com o projeto têm como objetivo o de trabalhar no setor produtivo no futuro, e esta é uma oportunidade de observar como o departamento criativo destas empresas elabora os seus produtos desde o princípio. Na relação acadêmica os alunos são estimulados a desenvolver seu potencial criativo de forma muito livre, porém o mercado impõe várias restrições, tanto técnicas como financeiras, as quais os alunos nem sempre estão aptos ou preparados para resolverem ou driblarem. As empresas com quem trabalhamos no projeto também utilizam métodos similares aos que a instituição de ensino propõe, e muitas delas têm tecnologias superiores as que a instituição oferece, proporcionando uma contribuição mútua para a formação do acadêmico e da própria instituição que caminha sempre para inovar.

Você acredita que o Projeto SCMC contribui para ampliar e expandir o conteúdo profissional do professor ou coordenador responsável? Como?

Participo do Projeto SCMC desde o início e a cada edição, por estar em contato com as maiores empresa do setor, sempre agregamos um conhecimento novo ao nosso saber, seja tecnológico, técnico ou processual. Vejo o projeto como um laboratório de propostas inovadoras na busca da inovação e da solução para o setor têxtil e do vestuário não só catarinense, mas também nacional provocado e atingido principalmente pela invasão dos produtos asiáticos e pelo câmbio favorável à importação que encontramos no mercado nos dias de hoje.

Qual o significado que o Projeto SCMC tem para você quanto agregador de valores e incentivador de inovações no sistema de Moda?

As mudanças ocasionadas na economia mundial na década de 1990 provocaram conseqüências no processo produtivo das empresas do setor têxtil e do vestuário catarinense, implicando indiretamente no setor de Moda nacional. A abertura do

comércio e o câmbio favorável à importação geraram uma crise no setor, e esta dificuldade persiste até hoje. As empresas enfrentam o grande desafio de como manter-se no mercado, onde a produção precisa ser flexível e inovadora, para competir com preços e produtos de forma rápida e eficiente.

O Projeto Santa Catarina Moda Contemporânea – SCMC – busca na relação instituição de ensino/empresa uma alternativa para gerar estas inovações, agregando valores para ambos os setores. Na era da sociedade do conhecimento, nada mais significativo que buscar nas fontes geradoras do conhecimento uma alternativa para a geração de novas propostas para o setor.

Ao passar dos anos

Quais mudanças ou transformações positivas você destaca ao longo do tempo que participa do SCMC em relação às inovações, aprimoramento e reconhecimento da universidade e do Projeto?

O Projeto SCMC, desde o seu início, teve como objetivo a busca pelo reconhecimento do estado de Santa Catarina como um pólo criador de produtos com maior valor agregado, ou seja, um produto de moda. O estado sempre foi visto como um grande produtor de *commodities*, e então isso fez surgir a pergunta de como se adequar a nova proposta de mercado?

Hoje percebo que em todas as empresas que participam os próprios departamentos criativos são formados por equipes multidisciplinares e isso ajuda na hora de culminar a busca pela inovação. Nas cinco primeiras edições, onde a responsabilidade de criação era restrita dos acadêmicos envolvidos, as coleções concebidas eram conceituais por inteiro e existia uma diferença muito grande entre aquilo que era criado pelos acadêmicos e aquilo que a empresa estava acostumada a produzir.

Com a redefinição do projeto a partir da edição passada, embora ainda haja a preocupação muito forte com o conceito, mas a forma de apresentar o produto foi alterada e dinamizada, agora transformada para o virtual. As equipes agora criam uma instalação de arte onde o produto da empresa que foi concebido se torna o objeto de desejo, criando uma nova forma de divulgação muito mais aprimorada e inovadora.

O *fashion video* é outra ferramenta utilizada para discriminar o conceito da marca, nas redes sociais principalmente, agora com o boom das mesmas e com a velocidade que notícias e novidades são compartilhadas.