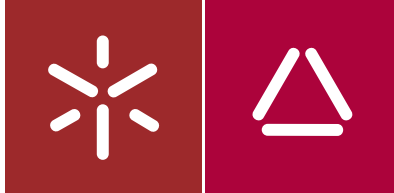




Universidade do Minho
Instituto de Ciências Sociais

Maria Beatriz Pereira Martins

RECUPERAR MEMÓRIAS,
UM PASSO DE SLOW FASHION
Personalização de vestuário - um possível
círculo - Como projeto de Intervenção



Universidade do Minho
Instituto de Ciências Sociais

Maria Beatriz Pereira Martins

RECUPERAR MEMÓRIAS,
UM PASSO DE SLOW FASHION
Personalização de vestuário - um possível
círculo - Como projeto de Intervenção

Relatório de Intervenção Académico-Profissional para
defesa de Mestrado em Comunicação Arte e Cultura

Trabalho efetuado sob a orientação de
Professora Doutora Helena Martins Costa Pires
Professora Doutora Silvana Ferreira Silva Mota Ribeiro

DECLARAÇÃO

Nome: Maria Beatriz Pereira Martins

Endereço Eletrónico: beatrizmartins.artes@gmail.com

Telefone: 917000925

Cartão de Cidadão número: 05949158

Título da dissertação: Recuperar memórias, um passo de Slow Fashion

Orientadores científicos:

Professora Doutora Helena Pires,

Professora Doutora Silvana Mota Ribeiro

Ano de conclusão: 2017

Designação do Mestrado: Mestrado em Comunicação, Arte e Cultura

Departamento de Sociologia | Departamento de Ciências da Comunicação

É AUTORIZADA A REPRODUÇÃO PARCIAL DESTE RELATÓRIO APENAS PARA EFEITOS DE INVESTIGAÇÃO, MEDIANTE DECLARAÇÃO ESCRITA DO INTERESSADO, QUE A TAL SE COMPROMETE.

Universidade do Minho, ____/____/____

Assinatura: _____

Agradecimentos

A vós pais,

Aos meus pais, pela educação ímpar que me deram, que o tempo não esvanece, e se sobrepõe a qualquer tipo de saber, na memória inapagável. À minha família, aos que acreditaram e me apoiaram, sem considerarem que havia passado o meu tempo.

São inquantificáveis todos quantos comigo cooperaram nesta trajetória, com saber meritório, compreensão, amizade, e essencialmente disponibilidade para acalentarem este sonho. Bem hajam pela contínua compreensão.

Agradeço a toda a equipa deste percurso, do qual perdurarão laços amigos, aos meus prestáveis colegas, e não menos a todos os jovens que por mim passam, com abertura para me ouvirem, e me darem pareceres nestas intervenções, sem eles, nada seria possível.

De modo peculiar, aos meus professores, às minhas orientadoras que souberam pacientemente organizar o meu acelerado e desviante pensamento, com clareza, abertura e método, o que permitiu clarificar o jorrar de ideias infindáveis.

A todos que me ouviram e encorajaram, família, aos meus filhos - penalizados sem mãe, nos serões inquantificáveis, professores, técnicos, amigos, colegas, enfim. Não tenho palavras para expressar e agradecer, o lugar que ocuparão de sempre, para sempre, na memória desta etapa.

Para sempre agradecida,

Identidade

Rasgos de Artes – Na Plataforma das Artes – Para Recuperar Memórias



Imagem 1 - (abril 2014) - Foto da autora - abertura do espaço - Plataforma das Artes e Criatividade *Capeline* manufaturada para teatro - de lixo de embrulhos de Natal e amostras têxteis lar.

Índice

Agradecimentos	III
Resumo	VII
Memória das Origens.....	XII
Introdução	1
Temática de Intervenção	1
Motivação face à temática de intervenção	8
Objetivos - Fundamentar a carreira profissional	19
Capítulo I – Componente Teórico Reflexiva.....	22
1. A memória confere à Moda - sentir o tempo que a moda não tem	22
1.1 - A Memória no contexto da Moda- O tempo que a corrobora	23
1.2 - Da Moda Fast Fashion e consumismo, à Slow Fashion	32
1.3 - A Moda aos olhos da Sociologia	35
1.4 - O sentir no Vestuário, um símbolo de Arte e Comunicação	48
1.5 - A Moda Personalizada, na esfera da Alta-costura	55
Capítulo II - Da Profissão à Intervenção	57
2.1 - Casos da contemporaneidade que propiciam as intervenções	57
2.1.1 - Na cidade de Guimarães, eis que surge	57
2.1.2 - Em Vila Verde, Braga	66
2.1.3 - "Transportamos o Amor de Portugal"	67
2.1.4 - Em Viana do Castelo	69
2.2 - Da área académica para as intervenções profissionais	72
2.2.1 - Retrospectiva da vida Profissional	75
2.3 - Intervenções Académico- Profissionais 2016/17	89
2.3.1 - Dia da Filosofia	91
2.3.2 - Plataforma das Artes e Criatividade	93
2.3.3 -Sarau Cultural - "Os Mundos de SOPHIA"	104
2.3.4. -Sarau Cultural - Got Talent	113
2.3.5 - Estórias Performativas - Mitos de Guimarães -2017	125

3 - Análise Reflexiva - intervenções	138
3.1 - Considerações Finais	140
Bibliografia	148
ANEXOS	157

Resumo

No presente registo, almeja-se transcrever experiências de vida de intervenções profissionais, realizadas na área da Moda¹. Na qualidade de criadora de vestuário personalizado, como na qualidade de figurinista, distinguir o conceito do vestuário *Fast Fashion*, à *Slow Fashion* - com ênfase no conceito *Slow Fashion* ou Moda Lenta. Num diálogo interartístico, entre a moda personalizada e espetáculos culturais na cidade de Guimarães.

As contínuas intervenções propõem-se - apresentar no contexto da Moda, alternativas de combate à moda *Fast Fashion* - que se creem exequíveis na versatilidade das tendências, e na pluridimensionalidade sociocultural na Moda. Abrem-se por isso, novos caminhos e novos desafios artístico-culturais face à economia - da produção ao consumo – novos olhares atentos à sustentabilidade ambiental.

No contacto com os jovens, pela via da personalização, espera-se recuperar hábitos de outrora - Pelo emprego de desperdício na personalização - conferir versatilidade às peças, de modo artístico e pessoal. Valorizar a reutilização do vestuário, pelo emprego do duradouro, e com ele, criar laços - que a memória retém. Utilizar todo o tipo de desperdício como processo de minimizar os custos de mão-de-obra – face a uma política de sustentabilidade ambiental. Como sonho de trajetória, almeja-se a criação de uma Marca, em parceria com a têxtil desta cidade - assente no desperdício – vincular ao Presente a atividade profissional de sempre.

Palavras-chave: *Slow Fashion*; Memória; Personalização; Sustentabilidade; Desperdício; Artesanato

1) Aplica-se Moda em maiúscula com a conotação de Fashion

Abstract

In this register, it is intended to transcribe life experiences of professional interventions carried out in the Fashion area. As a designer of personalized clothing, as well as as a costume designer, distinguish the concept of Fast Fashion clothing from Slow Fashion - with emphasis in the Slow Fashion or Slow Fashion concept. In an inter-artistic dialogue between personalized fashion and cultural shows in the city of Guimarães.

The continuous interventions are proposed - to present in the context of Fashion alternatives to fight the fashion Fast Fashion - that are believed to be feasible in the face of the versatility of trends, and to the socio-cultural pluridimensionality in Fashion. This opens up new paths and new artistic-cultural challenges to the consumer economy.

In the contact with the young through the personalization, it is hoped to recover habits of old - By the use of waste in the personalization to confer versatility to the pieces, to recover them in an artistic and personal way. To value the reuse of clothing by the use of the durable and with it to create ties - that the memory retains. Use all kinds of waste as a process of minimizing labor costs, and as an environmental sustainability policy. As a dream of trajectory, we want the creation of a Brand, in partnership with the Textile of this city - based on the waste, in some way - linking to the Present the professional activity of always.

Keywords: Slow Fashion; Memory; Personalization; Sustainability; Waste; handcraft

Aquilo que se faz por amor está sempre além do bem e do mal

(Friedrich Nietzsche)



Imagem 2 - pintura da autora dezembro 2016 - As Origens



Desenho da autora - Grafite

Imagem 3 – desenho da autora agosto/2017 - *Sem raízes, somos folhas soltas*

Na Natureza, nada se cria, nada se perde, tudo se transforma
(Lavoisier)

*A verdadeira desigualdade humana, não reside em haver ricos e pobres, mas no desperdício - Nesta vida, não podemos realizar grandes coisas. Podemos apenas fazer pequenas coisas com um grande amor.
(Madre Teresa de Calcutá)*

Memória das Origens

Oriunda de uma família nuclear numerosa, compreendi que o desperdício era inexistente - ele era a matéria-prima, a máxima de educação assentou no conceito – "o lixo é efetuado por nós" - esta máxima, assentava na poupança e no duradouro, e não menos, no não consumo supérfluo, como proferido pela mãe – "O desperdício de muitos, é a escassez de outros" ou Madre Teresa de Calcutá ao situar a real desigualdade humana no desperdício.

Ao tomar contacto com o conceito *Slow Fashion* houve como que um retorno às origens, a memória do não estragar, da poupança, reaproveitamento de desperdício, e do duradouro, que tanto me assiste na confeção do vestuário, e das mantas e tapetes da casa da aldeia. Como que, num "*déjà-vu*" pareceu vestir-se com outro nome - Moda sustentável - *Slow Fashion*, ou Moda Lenta, esta é a memória das origens a que se dá continuidade.

Como referido por Lavoisier - "Na natureza, nada se cria, nada se perde, tudo se transforma", princípio da conservação da matéria - como é do conhecimento geral, Lavoisier não descobriu elementos ainda por descobrir, dedicou-se às descobertas já feitas dando-lhes sentido.

Sem que se insinue qualquer tipo de comparação a Lavoisier, pretende-se pegá-lo no conceito, como via de elucidar a responsabilidade dos criativos, para transformarem o que à natureza não convém, e deste modo, através dela, haja recriação pela ordem do universo. Não será menos interessante - tomar o conceito com outras trajetórias - e aplicá-las no setor do vestuário. Como meio de transformação comportamental e de contribuir para uma nova visão da temática *Slow Fashion*, muitas das vezes não são necessárias grandes inovações - chegará partirmos do que temos e dar-lhe aproveitamento.

O desperdício era a matéria-prima, a personalização e recuperação, de matérias-primas que "duravam uma vida" e a identificavam, eram tidas com regozijo. Esta terá sido a maior técnica de outrora, de impedir a formação de lixo. Primava-se pela

qualidade duradoura, para recuperar, transformar, e transportar a memória que as peças carregaram da vida, como do próprio rosto se tratasse, na árvore genealógica.

Com efeito, torna-se impensável ficar alheia às raízes educacionais de referência, não são hábitos - são regras de vida, ações espontâneas, como o respirar. Aqui, nesta memória inapagável, reside a inspiração que sustenta a crença da continuidade.

Artesão de calçado, narrador da "miséria" da industrialização, inconformado com a despersonalização do indivíduo, solucionaste, ultrapassaste as barreiras, pela paixão que tinhas ao teu ofício, e à tua família, pai. E, a gravata - símbolo de identidade de um cavalheiro, viste-a ser usada pela tua filha caçula, no feminino, numa sociedade em mudança, como proferias - "já nada é o que era". Na ausência da costureira, restava-me estudar na sapataria, aos oito anos de idade, lá atendia uma ou outra senhora, a quem as botas de cano "que estavam na moda" não apertavam nas pernas, é claro que eu conseguia que servissem, afinal, como dizias - a pele tem elasticidade, com creme, álcool, e dois esticões, ficavam soberbas.

Pelo teu rebanho fazias tudo - a família – enquanto não estivessem todos, não te sentias o pastor. Chamar o rebanho dos nove, não era do foro da empregada, mas teu. Com o telefone nas mãos, sabias todos os nossos números, mesmo assim, estavam na agenda, não fosse a memória falhar! Tarefa difícil - a de unir sem distinguir, e, se um de nós, apenas um, o souber fazer, será o testemunho do teu legado.

De baixa estatura, fada do lar, empresária (das poucas na época), uma lutadora férrea, engenhosa por educação e aptidão, de ensino no domicílio, soubeste educar com os princípios fundamentais, onde privilegiaste sempre a qualidade à quantidade, mãe. Na verdade, sempre nos transmitistes - o que uns estragavam era o suficiente para acabar com a miséria no mundo.

A grande satisfação residia em regressar do colégio, e haver costureira na sala de costura, definia contra a tua vontade, o modelo e tamanho dos vestidos - ainda criava os modelos, os meus e os das minhas bonecas, que serviam de modelos dos meus sonhos. Entendo-o na atualidade, o excesso, não permite guardar memória, ou tão pouco afetos, ele é desapego, sem tempo de dedicação, e falta de identidade.

Ainda que construamos a nossa identidade, os pilares de referência prevalecem, afinal - "sem raízes, somos folhas soltas". Célere tempo em que as vossas represálias se anulavam nas gargalhadas que enchiam a casa grande da aldeia, ao alcançarmos os objetivos pretendidos. Os objetos de pequena aparência, mas com um forte poder simbólico, eram criados para nós, dos brinquedos ao vestuário, eram pessoais, por isso,

únicos - perdem na memória. Não vos cansastes de afirmar - que o tempo voltaria para trás pela saturação de um presente de excessos, tudo cansaria, desejar-se-ia voltar ao passado. Já se verifica o regresso ao passado, as ofertas em demasia impedem a seleção. Compra-se, para daí a uns dias estragar e colocar no lixo, não se dá por falta de menos um objeto na casa, ainda que pequena.

E, na verdade, os vossos netos e bisnetos apelam aos objetos - "da casa velha e grande da aldeia", aqueles que só vós sabíeis criar. Aos objetos como símbolo, da movimentação que circulava na casa. No grande espaço, não havia espaços vazios, todos eram circuláveis em grande ação, como diziam os pequenos - "lá fazemos tudo", esse tudo que no tanto da atualidade se esvanece e não preenche.

Era um "tudo" muito preenchido pelo vosso aconchego, e pela quantidade de recursos que se obtinha no espaço - das fruteiras ao "estaminé" - como lhe chamavas. Havia tudo, do mais ínfimo parafuso aos moldes do calçado - com que fazias as botas ou sandálias que não havia no mercado. Lá havia tudo, também fio para mudar os fusíveis - eram importantes os fios de cobre, reaproveitados das festas populares, se não eram. Quando a luz falhava - o motor que puxava a água - elétrico, que falta fazia claro está, já para não lembrar as secas na aldeia, aí o motor não parava, para fornecer aos vizinhos a água. Afinal, a última fonte que não secava (do S.Torcato - fonte santa) era distante do centro da aldeia. E, felizmente, o poço da água nunca secou.

INTRODUÇÃO

Temática de Intervenção

A Moda, associada ao efémero pelo consumismo supérfluo, e apesar de muitos investigadores científicos considerarem o seu desmerecido estudo, acarreta consigo fenómenos que se refletem senão em todos, em quase todos os setores económico – socioculturais.

Observámos que a roupa possui grandes significados e está relacionada com a personalidade, a conquista, o status, entre outros elementos psicológicos e sociais, podendo afirmar-se, em síntese, que está relacionada com a autorrealização e com a imagem projetada perante os outros. (Lopes, Gama & Vasconcelos, 2011,p.118)

Não obstante e como é referido no supracitado, a Moda no setor do vestuário, comporta algo mais – História, transformações sociais, estilos de vida, conforto, desconforto, sentires, de alma e de pele, poder simbólico, e um sem número de relações humanas e correlações, como processo de comunicação simbólica.

Assim, o vestuário é por todas as razões apontadas, e de igual modo, um forte meio de comunicação - expressa hábitos culturais, identidades, personalidades, e estados psicológicos - é a primeira imagem de representação simbólica do indivíduo.

Apesar de se associar a Moda - ao que acontece num curto espaço de tempo, não é possível deixar de vê-la noutra olhar, quando se fala num estilo clássico - que passa a ser referência intemporal - a referir um Chanel entre outros.

Como sustenta Gabriela Gama, há contudo, e ainda, uma forte tendência a associar a moda mais ao setor do vestuário.

Marcada pelo culto do efêmero, a moda é hoje transfigurada pelo fenómeno do fast-fashion, pelo culto das tendências e pela entrada dos grupos económicos. Há três conglomerados de luxo que dominam o mercado: o grupo Kering, o grupo Richemont e o LVMH – Moët Hennessy & Louis Vuitton. Devido ao surgimento de novas marcas e ao aumento desenfreado do sistema de licenciamentos, ao estatuto das griffes convertidas em ícones, as marcas consolidadas personificam a “ (...) quintessência de uma sociedade de consumo que parece ter achado, enfim, o segredo do círculo virtuoso no qual o consumo alimenta o crescimento” (Semprini, 2006:38). Nada é fabricado para durar e a obsolescência dos produtos garante às estruturas económicas a sobrevivência. Tudo é experimentado na fruição do presente, como refere Perniola (1993: 104): “O importante é o que acontece sempre aqui e agora, e esta possibilidade generativa está implícita em cada momento da vida. (Gama,2013, p.6)

Talvez se prenda ao facto de ter sido esta área a mais explorada economicamente, pelo seu impensado uso supérfluo e pela sua praticidade nas mudanças cíclicas, associadas ao desgaste, e ao já visto, apesar de tão antiga, há – "um eterno retorno". Na realidade, a Moda - suporta de modo mais imediato a esfera económico capitalista, como é referido abaixo, sobre o vestuário na era da Globalização.

A complexificação do sistema produtivo é um dos descritores mais importantes das sociedades contemporâneas. Se antes da constelação de revoluções do século XVIII e XIX o trabalho produtivo se reportava essencialmente à organização de recursos com vista à elaboração de bens destinados à satisfação de necessidades de sobrevivência ou, residualmente, de bens com funções de natureza simbólica ou ritual, a consolidação do sistema económico industrial-capitalista implicou exigências de ordem económica, tecnológica e organizacional que obrigaram à consideração de variáveis que são hoje estruturantes do sistema económico moderno. Referimo-nos ao facto de neste sistema a produção não estar orientada para o nível do consumo suficiente, mas para a criação exponencial de mercados e para lógicas de consumo excessivo, supérfluo e efêmero. (Ribeiro,2012,p.1)

Deste modo - o consumo exacerbado do vestuário, como ato compulsivo e supérfluo, tornou-se numa das principais fontes de interesse para o sistema económico capitalista que visa a massificação na produção "exponencial", para garante de obtenção de lucro, pela via do consumismo excessivo - compra-se por valor acessível, produz-se para fomentar a compra.

Apesar do sistema de moda ser um ramo que normalmente visa a produção e o consumo desenfreado com a efemeridade a dominar o ciclo de vida dos produtos, onde se observa a predominância da indústria do fast fashion, baseada principalmente na resposta rápida, atualmente, começa a surgir um novo paradigma, que privilegia o bem-estar, e com as questões ambientais e que procura produzir peças ambientalmente corretas, seja na escolha dos materiais têxteis ou mesmo pensando em como pode ser feito o processo de reciclagem das mesmas. Neste contexto, podemos falar de um novo modelo o chamado slow fashion. (Araújo,2014,p.45)

Sendo clarividente o que o sistema económico cria na sua essência- produz-se em demasia, consome-se em demasia - o desperdício acontece - mobiliza novas visões.

A gestão do desperdício e da reciclagem é um dos grandes problemas atuais seguintes da indústria têxtil e do vestuário. Milhões de toneladas de matérias têxteis, incluindo o despejo de roupa, são rejeitadas anualmente, sendo parte delas ainda reutilizáveis. (Morais, Carvalho & Broega,2011, p.1)

Como supracitado, esta constitui a real preocupação, em contraposição, e paradoxalmente - emergem políticas de sustentabilidade ambiental que abordam não só, o fator da sustentabilidade pelo emprego de materiais biodegradáveis, mas se preocupam em solucionar todo o tipo de desperdício, com o intuito de minimizar o lixo, Seja ele, qual for – as novas políticas refletem o consumo responsável e a sustentabilidade ambiental.

Vários são os meios que a moda pode utilizar para tratar a questão da sustentabilidade, a redução, reutilização ou a reciclagem de materiais são alguns dos exemplos de como a sustentabilidade pode estar presente na moda. Para além disso, é importante que o desenvolvimento sustentável esteja presente em todo o ciclo de vida do produto desde o processo, pré-produção, produção, uso e fim de vida do produto. Todas as etapas devem ter em conta aspetos sociais, económicos e ambientais. (Araújo Apud Oenning, 2012, p. 17)

Assim, as correntes de Moda emergem paradoxalmente à forte produção que sustenta o consumo supérfluo - será de repensar a representatividade do meio ambiente no âmbito da criatividade e da Moda. Se a natureza constitui desde sempre, uma fonte de inspiração para os criativos, da paleta de cores, às formas e matérias-primas, estes têm para com a natureza, uma responsabilidade acrescida. Para além do clima ser quem comanda o tipo de vestuário - leve, quente, confortável, desconfortável, entre outros, a ameaça de poluição, afeta particularmente o clima, como as épocas sazonais.

A título de exemplo o - *Slow Fashion* - movimento criado por Kate Fletecher ¹ - Investigadora - Ativista de *Design* Urbano - Consultora. Nasceu com espírito ecológico, e por isso, o seu trabalho está enraizado nos princípios da natureza, comprometida com as forças culturais e criativas da moda e do *design*. Nas duas últimas décadas, numa perspetiva progressiva, fundou no *design* a *Slow Fashion* ou Moda Lenta. Fletecher é professora de Sustentabilidade - *Design* Moda no - Centro de Moda Sustentável - Universidade das Artes de Londres, onde possui um amplo mandato que abrange - empresas, educação e pesquisa. Lidera o cargo de co secretária do Grupo Parlamentar de todos os partidos sobre Ética e Sustentabilidade na Moda - Casa dos Lordes.

1) - Kate Fletecher - Fundadora do *Slow Fashion* — Moda Lenta – Investigadora, Ativista de *Design* Urbano

Projeto sustentável que inclui Ecologias de Moda e sabedoria local, envolve milhares de pessoas no mundo da moda artesanal. Na *Slow Fashion*, trabalha com empresas, estabelecimentos educacionais e organizações não-governamentais, para promover a mudança para a sustentabilidade

Kate é também reconhecida como excelente oradora/autora, tem mais de cinquenta publicações académicas. Autora de *Sustainable Fashion and Textiles: Design Journeys* (2008), com uma segunda edição totalmente reeditada com novos conteúdos lançados em 2014. Os leitores chamam-lhe - "inspirador", "a base para uma nova perspectiva radical" - "uma bíblia" que está disponível para uso, em estúdios de *design* comercial, como em salas de seminários académicos em todo o mundo. Fletcher, é coeditora de uma série de prestígio - *Routledge International Handbook* sobre - Sustentabilidade e Moda (2015). Autora mais recentemente do *Craft of Use: Post-Growth Fashion* (2016) - explora oportunidades de moda para além do consumismo. (Fletcher – Biografia, 2017).

Apesar dos movimentos terem iniciado noutras países, no decorrer deste ano, muitos são os movimentos que se promovem a título nacional. Há documentários na atualidade que anunciam o vestuário como a segunda maior causa a seguir ao petróleo - da poluição ambiental, pelo emprego de fibras com partículas de plástico, entre outros fatores. Ainda, alertas para o facto de - o desperdício têxtil enviado para os países subdesenvolvidos começarem a não ser aceites pelo excesso que constituem. Problemática a refletir, no seio da excessiva produção. (RTP3 -Documentário - 09/10/2017).

Para além das empresas que já iniciam medidas neste âmbito, a referir o *site* criado este ano - Circular Economy Portugal – A plataforma para uma sociedade sem desperdício – " Recosturar a nossa relação com o vestuário".

(...) Mesmo a reutilização dos têxteis descartados tem consequências negativas – as roupas que deixaram de estar na moda invadem os países em desenvolvimento, asfixiando a produção local. No Uganda só 20% do vestuário vendido não é refugo do Norte. (Circular Economy Portugal, 2017)

Referido no respetivo site

Em Portugal praticamente não existe quem recicle têxteis. “Não há nenhuma empresa portuguesa com maior visibilidade que tenha enveredado por este negócio, tornando a reciclagem uma componente importante do que produz”, confia ao Expresso Paulo Vaz, diretor-geral da Associação do Têxtil e Vestuário de Portugal. No entanto, já há estudos a dizer que a indústria têxtil portuguesa devia estar a olhar para esta oportunidade, servindo-se da sua organização em clusters para agarrar o desafio a várias mãos. (Circular Economy Portugal, 2017)

A economia circular pode fornecer benefícios de curto prazo e oportunidades estratégicas de longo prazo face a desafios como:

- Volatilidade no preço das matérias-primas e limitação dos riscos de fornecimento
- Novas relações com o cliente, programas de retoma, novos modelos de negócio
- Competitividade da economia - “first mover advantages”
- Conservação do capital natural, redução das emissões e resíduos e combate às alterações climáticas - (idem)

Uma maior cooperação no interior das cadeias de abastecimento e entre estas pode reduzir os custos, os resíduos e os danos ambientais. Os avanços realizados no domínio - eco inovação proporcionam novos produtos, processos, tecnologias e estruturas organizacionais. Algumas empresas encontrarão novos mercados ao prescindirem da venda de produtos para passarem a vender serviços e desenvolver modelos empresariais baseados na partilha, reutilização ou reciclagem de componentes, individuais. (Circular Economy Portugal,2017)

Redesenhar uma economia sustentável



Imagem 3 A – Vídeo - (Circular Economy Portugal,2017)

Como se pode constatar nas afirmações acima referidas, a real preocupação deverá incidir em todos os campos do problema em si - "uma economia circular" que abranja todos os setores - da produção ao consumo.

Daí se acreditar que enquanto não houver uma reeducação para este fenómeno, mesmo com o emprego de materiais biodegradáveis na produção massiva, o problema persistirá. É claro que as mudanças sociais acontecem a tempo lento, mas, a "pequenos passos" as transformações acontecem.

E, se há preocupação ambiental, deverão ser os jovens quem mais a identificam, para que se avizinhem mudanças no futuro próximo. Há muitos alertas para o fenómeno e.g. - o trabalho contínuo nas escolas, que vai repercutindo efeitos. Face às políticas que se desenvolvem, já se identificam mudanças comportamentais nos indivíduos.

Para Carvalho e Broega existe um grande envolvimento das pessoas com a moda e a preocupação ambiental está evoluindo, onde aparece uma forte necessidade por ações no campo da moda sustentável). Nota-se assim o surgimento de um consumo consciente, onde se verifica que cada vez mais os consumidores se interessam em saber mais sobre o produto, nomeadamente, como este foi feito e se é nocivo ao meio ambiente. (Araújo,2014, p.2)

MOTIVAÇÃO FACE À TEMÁTICA DE INTERVENÇÃO

Considerando os atuais modelos de negócio de Moda, dever-se-á manter a atenção às exigências do mercado sustentável - desperta-se a crença na prática do exercício profissional, na área da personalização - crê-se que a preocupação ambiental constitui na atualidade, um problema global a tomar em conta, e, como acima citado, reiterado abaixo, o público consumidor começa a salientar a exigência face às marcas - surge o querer saber sobre os produtos – dos materiais ao modo de fabrico.

Cada vez mais o consumidor atual exige produtos carregados de valores estéticos, simbólicos e psicológicos e a arte, com os seus princípios e sua linguagem, é uma fonte inesgotável de inspiração na criação de novos produtos nas esferas do design, sobretudo o design de moda, posto que, o vestuário propicia diariamente ao seu portador o privilégio da experiência estética e satisfação. E estes atributos emocionais, podem ainda ser mais potenciados quando desenvolvidos com um apelo ecológico que é também um meio de estimular o consumo consciente e o desenvolvimento sustentável do planeta. (Santos,2011, p.10)

Deste modo, considera-se que o exercício profissional de sempre, se adapta às necessidades do mercado da Moda - a personalização será por isso, uma círculo de encontro às políticas de sustentabilidade ambiental - atenta o consumismo supérfluo, é maioritariamente artesanal e duradoura. Como dois em um - procede-se ao aproveitamento do desperdício, e criam-se vínculos, que induzem à recuperação. Apesar da última década ser marcada, pelo marketing eficaz, como refere Gabriela Gama.

Esta década representa, similarmente, o tempo da estruturação das marcas aparelhadas por um conjunto de estratégias de marketing, de publicidade e de relações públicas cada vez mais eficazes. O estatuto das griffes é convertido em ícones. (Gama,2011,p.72)

Conjuntamente com a "antevisão" dos sociólogos já no passado, e na atualidade - "de estarmos na era do sentir Siemmel (antes) – Maffesoli (no presente) - de uma reforma do mundo e não "do fim do mundo" - Note-se que - o exercício de vestuário personalizado sempre se direcionou para um público que renunciou à homogeneização, e por isso, veem o vestuário com sentir. Neste pressuposto, os consumidores definem as tendências, as marcas e os criadores de Moda deverão por isso, acompanhar as exigências de mercado que o seu público-alvo visa.

As cadeias de fast-fashion revolucionaram o setor da moda e essa mudança passou pela reeducação dos consumidores para rejeitarem o velho e fruírem do novo. Alteraram as "regras do jogo", do mercado da moda à escala global passando a apostar em peças de qualidade reduzida e de baixo custo. Na origem do sucesso do fast-fashion está um sentido apurado para captar as tendências, os preços competitivos, a rapidez com que chegam aos consumidores e a novidade. Assumem-se como não sendo responsáveis por ditar tendências, mas por produzir o que o consumidor deseja. - (Gama,2013, Apud,Cline, Lee,2003, Agins,2010,p.6)

À semelhança do supracitado, crê-se nesta era - a proteção ambiental e o natural, são o tema da atualidade. Na era da Globalização tida como pós-modernidade, somos confrontados por um lado - com uma sociedade consumista compulsiva, que sustenta o espírito tecido pela teia das grandes potências económicas, pelo marketing persuasivo e avassalador, assente no *slogan* – " não compensa". Pelo outro, emergem correntes ativistas que agilizam o (re) pensar do que vestimos, logo - paira a suposição de alteração dos hábitos de consumo - quem não agir face às tendências, sentir-se-á desajustado.

Um outro aspeto importante a salientar é que "O fast- -fashion apenas nos pode propiciar preços baixos se os consumidores continuarem a comprar roupas novas logo que estas cheguem às lojas. (Gama,2013, p.6 Apud Cline, 2012, p. 99)

Deve por isso tomar-se consciência de que - o consumidor atual da moda rápida ou *Fast Fashion* tornou propensa uma indústria da moda que deteriorou o meio ambiente no planeta, uma espécie de "bola de neve", produz-se para o consumismo,

consome-se para haver produção. Como toda ação possui uma contra-ação, o Slow torna-se *Fashion*. Todas as ações que atentem o *Fast Fashion*, e promovam a proteção ambiental, sustentabilidade, ou biodegradável, são passos de encontro à *Slow Fashion* ou Moda lenta, independentemente do facto de coexistirem ou não, há emergência em – " (re) costurar o comportamento no vestuário".

A ideia de ciclo está no coração da economia circular. Em vez de exigirem repetida extração de recursos naturais e de gerarem resíduos, a produção e o consumo deveriam ser, tanto quanto possível, autossustentáveis. Por outras palavras, os ciclos económicos deveriam ser, tanto quanto possível, fechados. Num ciclo económico (tendencialmente) fechado, o desperdício não existe: os bens são reparados e reutilizados em vez de descartados, as matérias-primas provêm da reciclagem em vez da extração, e assim por diante. (Circular Economy Portugal)

Numa aparente distopia, a corrente da *Slow Fashion* surge com o emprego, de diversas técnicas que visam a sustentabilidade ambiental, desde tecidos de última geração, aos materiais duradouros, às práticas culturais e tradicionais de outrora - numa trajetória utópica aos olhos de muitos - como uma rutura entre o real económico, e o imaginário. Numa breve aparência, e tida como utópica, a sustentabilidade ambiental ganha força, e, para além do imaginário, prevê uma aliança de laços com a tradição, e inovações de aproveitamento " do que degrada o ambiente" - materiais e matérias-primas, dos meios de produção à fruição de práticas lentas.

Esta realidade com que nos confrontamos - a de contra corrente entre o *Fast Fashion* e a *Slow Fashion*, é por si só, motivadora para dar continuidade a uma carreira profissional que se pensava apagada pela crise económica. E, deste modo, a realidade presente, afigura-se com novas esperanças - possível prosseguir com a personalização, num novo conceito. A ser verdade a sua exequibilidade, obter-se-á uma grandeza imensa a título de carreira. Por um lado, dar continuidade a um trabalho com sentimento e paixão, pelo outro, contribuir de algum modo, ainda que por pequenos passos, para a sustentabilidade ambiental, pelo emprego da criatividade na responsabilidade social.

Como referido por (Araújo, 2014, p.4) - o termo *Slow Fashion* terá tido origem no *Slow design*, que tem como objetivo um trabalho na área da Moda - reflexivo e lento que considere a democratização do *design*. Sendo que, (Araújo, Apud Fuad-Luke, 2004,

p.5), refere que o *design* se deva fundamentar em três aspetos – individual, sociocultural, e o bem-estar ambiental - Alcançar o equilíbrio entre as necessidades individuais e socioculturais com as ambientais.

O *Slow Fashion* (Araújo, Apud Fletecher; 2007, p.6) é uma nova abordagem em que *designers*, confeccionadores, trabalhadores e consumidores, deverão tomar consciência dos impactos dos produtos. Tem como pressuposto a preservação dos recursos naturais - Moda lenta - produtiva e criativa confere qualidade duradoura - abule o consumo supérfluo ou exacerbado – que seja conjugado o espírito criativo com a inovação e a satisfação do consumidor, no âmbito de responsabilidade social. Não prevê a "padronização de estilos" - o consumidor é devidamente informado da origem dos produtos, e dos materiais usados. A *Slow Fashion* visa a sustentabilidade ambiental, questão que não constitui preocupação para a Moda *Fast Fashion*.

A sustentabilidade ambiental no seio da Moda deverá constituir um princípio fundamental para *designers* e criativos, na consciência de quanto a Moda tem danificado o ambiente, e de igual modo pelo papel social que desempenham os criadores de Moda. Como reflete – Anciet.

(...) De facto, verifica-se cada vez mais nesta área uma consciência de que os designers detêm a sua quota-parte de responsabilidade no que respeita à preservação do ambiente e ao desenvolvimento sustentável.
(Anciet,2011,p.2)

Os estudos da atualidade já refletem a Moda no seio da sustentabilidade ambiental, como fator preocupante, no emprego de materiais da produção ao consumo, onde deverá haver uma forte responsabilidade e ou consciência de como a Moda se repercute na degradação do ambiente. Assim, apela-se na produção, a fibras têxteis que sejam biodegradáveis, como às técnicas empregues.

A título de referência de responsabilidade ambiental - as toneladas de água e tintas tóxicas que se empregam nas lavagens e tinturaria, não menos as fibras compostas por plástico. (idem)

Apesar de a "pequenos passos" a Moda inicia ações de reutilização e reciclagem, na área de produção há empresas atentas ao fenómeno. Da produção ao consumo, todas as vias que prevejam a sustentabilidade ambiental devem ser repensadas - a

recuperação, reutilização e reciclagem de produtos – como a reflexão do emprego de fibras tóxicas em substituição de tingimentos ecológicos, peças efetuadas através da pele peixe (poluente), entre outros. (idem)

Bellen defende que o “conceito de desenvolvimento sustentável trata especificamente de uma nova maneira de a sociedade se relacionar com seu ambiente de forma a garantir sua própria continuidade e a de seu meio externo” (Bellen, 2005, p. 22). Sachs refere ainda a “harmonização de objetivos sociais, ambientais e econômicos” (Sachs, 2002, p. 54). Diniz e Bermann defendem que no conceito de desenvolvimento sustentável. “Temos a necessidade de repensar o desenvolvimento econômico de uma nova forma, levando em conta a igualdade entre gerações. Até então, o desenvolvimento econômico tinha uma óptica um pouco mais restrita e normalmente considerava os determinantes fundamentais do crescimento econômico sem levar em conta o meio ambiente” (Diniz & Bermann, 2012, p. 323).” - (Araújo, 2014, p.11)

A Moda ecológica centra-se particularmente na proteção ambiental, com o emprego de matérias biodegradáveis/naturais, como os tingimentos naturais, pela via de pigmentos, o não emprego de pesticidas, entre outros. A título de exemplo lembra-se o emprego da cortiça em acessórios, como carteiras, cintos e demais acessórios. A referir *designers* que se lançaram no mercado eco, como em 2012 foi notícia.

Marlene Oliveira estagiou num atelier de moda famoso, trabalhou como “freelancer” e acabou por criar o seu próprio emprego. Com uma conta de somar entre o crédito concedido e as suas poupanças pessoais, a designer abriu a sua loja online: Tecidos Ecológicos. Bem-vindos ao mundo da moda eco vegan. Ali vende não só o vestuário que cria — marca Marlene Oliveira — mas também tecidos amigos do ambiente, como o látex natural, algodão biológico e fibras recicladas, e artigos de retrosaria, também ecológica, como fios para tricotar e linhas para costurar. Todos os materiais vêm de fornecedores que garantem uma forma de comércio justo — fair trading — numa abordagem alternativa ao comércio e troca tradicionais. Um dicionário dir-nos-á que as pessoas que optam por serem vegans, escolhem um estilo de vida que renuncia o consumo de qualquer tipo de produto com origem animal. Esta jovem criadora acrescenta algo a esta

definição: “Este amor pela natureza, e conseqüentemente pela vida, está muito no meu íntimo”. A designer de 27 anos não seguiu tendências, nem fez uma opção drástica. (Público,2012)

Há contudo neste campo, medidas radicais, não há propriamente dita uma preocupação no duradouro. Como se aplica aos que adotam estilos *vegan*, enveredam pelo estilo ecológico - radical no que concerne ao emprego de materiais de origem animal.

A reciclagem e a reutilização são medidas que circulam no mercado da Moda, e deste modo, combate-se na raiz do problema - a não formação de lixo, independentemente de que tipo de lixo se trate.

(...) Na redução, a preocupação é reduzir na fonte, através da diminuição de resíduos que surgem pelo meio da fabricação e consumo de produtos. A reutilização está relacionada com a utilização de produtos (ou apenas uma parte) já existentes, seja para a mesma função ou uma nova. Já a reciclagem reutiliza a matéria-prima dos produtos-para-desenvolver-e-produzir novos. (Araújo,2011,p.2)

É claro que estas são medidas adotadas para além de tantas outras que visam a sustentabilidade, deve por isso considerar-se o respetivo círculo da produção ao consumo consciente.

Nas grandes capitais, nomeadamente em Lisboa, e em cidades menos populacionais, há já muito, que se observam lojas de produtos em segunda mão, com mais incidência em produtos de marcas conceituadas, de artistas ou figuras públicas, de um mercado inacessível no seu preço de origem. Entretanto, há de igual modo, dinâmicas que se criam em Portugal, para a reutilização de peças usadas em bom estado.

A personalização do vestuário identifica-se nos velhos hábitos - da Alta-Costura ao Artesanato - a Alta-Costura prima pelo trabalhão de mãos, da Costureira ao Alfaiate, substituídos por novos *designers* que entraram em crise.

A partir do momento em que a alta-costura deixou de ser lucrativa, passou a estar ao serviço apenas de uma clientela muito reduzida. Feita à medida e por medida, não desfila na passerelle e muito menos estará exposta num escaparate; é um espécie de troféu acessível a muito poucos. Desde os anos oitenta do século passado que houve alterações substanciais no mercado da moda, ou seja, as casas de costura passaram das mãos dos seus costureiros para grupos económicos que nada tinham a ver com a moda mas que intuíram que a moda era um negócio rentável (Gama, Gabriela, Apud, Agins, 2010; Gama: 2012)." (Gama,2013, p.7)

E, deste modo, o Alfaiate e a Costureira, ou os *Designers* que os substituem com *ateliers*, entram em profunda crise, desvaloriza-se pela tida inacessibilidade económica, ou pela impaciência de fazer provas, ou somente pela praticidade com que as Marcas acedem ao mercado, com a novidade na Moda, sem que para isso fosse necessário grande dispêndio de tempo.

Na verdade, o vestuário personalizado tem um público muito específico, não visa propriamente as tendências. A preocupação do vestuário personalizado é ir de encontro ao cliente - perfil físico - gosto ou personalidade – com acompanhamento personalizado - se figura de referência pública é ao mesmo tempo, figurino de lançamento de Moda. Como referido por Machuco, no que concerne às marcas da atualidade do mercado, e as estratégias por si implementadas.

Este artigo analisa a forma como a alta-costura associada à moda evoluiu desde as criações iniciais de Frederik Worth até Karl Lagerfeld. A ideia guia consiste em ver como as formas de exibição do desejo de si mesmo assentaram em estratégias de diferenciação que se posicionaram sempre como uma anti moda crítica das modas anteriores. Em particular serão analisados três momentos do processo de democratização da moda: a alta-costura chic criada por Coco Chanel em oposição à moda conspícua e ostentadora de Paul Poiret, a estratégia indiferenciada- dora de géneros de Yves Saint Laurent, e a estratégia da moda fast-fashion levada a cabo pela coleção que Karl Lagerfeld desenvolveu para a H&M. A partir desses três casos, e com base nas teorias de Thornstein Veblen e George Simmel, será apresentado um modelo teórico geral que permite compreender a dinâmica das mudanças de moda. (Machuco,2013,p.62)

As tendências poderão ser vistas como uma homogeneização para quem visa a diferença e procura de identidade - um controlo da liberdade do indivíduo e desrespeito pelo seu estilo de vida.

O cliente que procura o vestuário personalizado tem estilo próprio, o vestuário feito a gosto prevê ser mais que uma peça, vai de encontro ao gosto ou interesse do cliente, onde este deixa algo de si, e cria cumplicidade com o que veste, considerando que foi concebido face aos seus gostos e interesses. O bom e o mau gosto, já abordado por Bourdieu, coexistem, não há bom gosto sem o mau, há muitos fatores a tomar em consideração, como refere Dorfles, o fator cultural é um ponto a ter em conta.

O primeiro ponto que desejaria esclarecer desde já – um dos pontos cruciais sobre o qual tenciono debruçar-me – é o da cisão, da dicotomia entre as diversas categorias culturais. (Dorfles,1974, p.1)

Como podem as marcas internacionais responder a diferentes indivíduos, em diferentes culturas e climas - com as tendências de moda - cada indivíduo está inserido num tempo e espaço específico. Não há homogeneização no vestuário, que faça face às diferentes culturas e modos de vida.

(...) Hoje de qualquer maneira, as coisas estão ainda pior (...) o público na realidade quer sempre o velho (de preferência ao novo) ou um novo que seja tão facilmente compreensível como o velho (...) que não requeira ser decifrado. (Dorfles,1974,p.12)

Entre outras leituras que se possam obter deste excerto, referente à Arte, convém refletir, de que o "velho" está de facto nas tendências da atualidade, o novo é pertença de quem compra nas pontualidades, das tendências. Ora, neste pressuposto, e ainda porque o vestuário personalizado permite a recuperação e transformação, talvez se devesse crer – que o personalizado permite retomar o velho, pela criação duradoura, recuperação e reutilização. Claro está, o gosto e as "suas oscilações" como aborda Dorfles, no que concerne à Arte, poderá aplicar-se a qualquer âmbito de fruição.

(...) Não se deve de maneira nenhuma admitir que há apenas um único modo de fruição - "degustação"- da obra de arte, equivalente a um seu valor imutável e eterno, mas antes diversos modos de fruição e de interpretação correspondentes às diferentes personalidades de quem avalia a obra, e variáveis segundo as épocas, as situações psicológicas do indivíduo e a própria sensorialidade do assunto. (Dorfles,1974, p.12)

Assente nesta crença, pretende-se contagiar e ser contagiado, pelo público jovem, processo em curso nas escolas, e pelas entidades responsáveis envolvidas neste setor. Dar continuidade à atividade de figurinista, nas escolas privadas e públicas, por se considerar que é uma forte fonte de persuasão e contágio da passagem de informação sendo que, a eles pertence o futuro em mudança, e por isso - os agentes e atores principais.

Pela via da criatividade, de modo peculiar pela personalização, dar pouca relevância ao que se personaliza, independentemente da peça ter sido criada ou não na raiz, sendo qual for a sua origem - acredita-se que o importante é personalizar, para que passe de uma peça comum, a uma peça com vínculos para quem a veste. Atividade que prevê a criação, recuperação, reutilização, e reaproveitamento de todo o tipo de desperdício, como um processo de colocar em prática a – responsabilidade ambiental.

A moda neste momento predomina o corpo perfeito que rompe com o corpo real. Diante dos anúncios publicitários, vemos como no corpo da moda do- mina uma representação hegemónica, apesar da multiplicidade de estilos, na moda há um só corpo. A busca da perfeição recusa toda a inação. Trata-se de uma laboriosa des- coberta das possibilidades do corpo, perspetivado como o espaço de todos os lugares e não-lugares. A proliferação da cirurgia estética mostra-nos o valor social do corpo, uma identidade que se constrói a partir do corpo. As marcas de identidade são emprestadas à pele, interna e externamente, através do body-building, de piercings e de tatuagens, do stretching, do cutting, do branding e do burning. Estas práticas tornaram-se maneiras de construir o sentimento de nós, de fabricar uma identidade para nos aproximarmos de uma imagem julgada mais propícia. Refletem, pois, no seu uso, uma vontade de mudar de modo duradouro a definição íntima e sobretudo social de nós próprios. (Gama & Castilho,2013, p.10)

Considerando o supracitado, nada mais propenso na Moda, que a personalização, esta vai de encontro ao "Eu" da atualidade. As intervenções no vestuário personalizado preveem cativar um público-alvo, ator, e agente de transformação, pela via do "faça você mesmo", onde se criam laços e sentimentos que "não viram a nó". Dar início ao processo de "limpar" o planeta, de práticas e maus hábitos, e não estar tão situado nas matérias-primas em si - usá-las por via do duradouro, como processo de recuperar danos causados.

Esta ação, não é menos que a continuidade da área profissional de sempre, e por isso *Spin-off*² que se pretende enquadrar no conceito *Slow Fashion*, na crença de que o conceito corrobora as práticas de outrora num novo nome, é por si, uma ação de mudança - reencontro para operar transformações na raiz do problema.

Para o efeito, calendarizam-se *workshops* formativos, em parceria com outros movimentos criativos na Plataforma das Artes e Criatividade na cidade de Guimarães (ícone contemporâneo, da Capital Europeia da Cultura, 2012), da responsabilidade da Câmara de Guimarães. Procede-se à ação *Spin-off* com o ideal de conceber uma marca, de peças únicas, efetuadas da diversidade de desperdícios.

Há convicção de lançamento de ideias criativas no setor têxtil, pela sua pertinência numa cidade maioritariamente sobrevivente da Indústria têxtil e calçado para exportação, candidata à Capital Verde Europeia - jornada em curso, que se observa pelo pelouro da Direção Desenvolvimento Económico, com lançamentos contínuos de elevar a Têxtil a *Branding* Marca em sistema de *Networking*³.

Intervenções previstas pelo Departamento de Desenvolvimento Económico a título de ensaio com os criativos. Das lojas "*pop up store*"⁴, de empresas que aparecem subitamente na Plataforma, para lançamento de novas ideias. Deste modo, há uma profunda crença que o conceito personalização tenha a possibilidade de germinar em várias frentes de intervenção, de encontro ao conceito *Slow Fashion*.

Face à realidade atual, pressupõem-se que as marcas têxteis implementadas no mercado devam adotar ainda que por estratégia, novos conceitos de responsabilidade ambiental. Se se mantiverem situadas apenas no desenvolvimento económico e de expansão mercantil da qualidade ou conforto, de *Branding* Marca, incorrem no risco de não serem legitimadas pelo consumidor atento, à realidade de sustentabilidade

ambiental. Consta-se quase que por imposição, novas condutas a repensar nas empresas que pretendem "marcar" positivamente o mercado internacional.

Assim, se aliada à qualidade e conforto que possa conferir uma marca de prestígio no mercado nacional, e internacional, visto ser o objetivo primeiro de expansão, deverá ter implícito a etiqueta com requisitos que sustentem o conceito de responsabilidade ambiental. É claro que quanto mais conceituada for a marca, maior impacto social terá.

Se assim se operar, não será uma *Branding* Marca comum, visa colocar o país na reputação têxtil de qualidade do produto, neste caso, conferida de duplo modo - qualidade com sustentabilidade ambiental. Primeiro - "limpa" desperdício, segundo - haverá um menor número de peças, logo não prevem a vulgaridade da homogeneização. Assim, a têxtil retoma a cotação internacional pela via da qualidade como pela diferença que se espera - como medida de emergência de sustentabilidade ambiental. A ser, que não sejamos os últimos, a fazemo-nos representar.

De certo modo, operar uma *Branding* Marca assente na *Slow Fashion*, prestigiará duplamente o país - no conceito de preocupação ambiental e - económico-social mais justo. Confrontamo-nos com o paradoxo de uma Europa que une e separa - une pela via da expansão mercantil, separa pela distinção do país e não pelo produto em si. Por sua vez, deparamo-nos com um ideal que une por distinção - a sustentabilidade ambiental deverá promover - a união global.

2) Dar continuidade à área profissional

3) Pela via do exercício em rede, e como se prevalece em contacto mais direto com as Indústrias - Guimarães Marca que têm estado em lançamento de imagem na Plataforma das Artes no conceito *Branding* Marca.

4) Empresas que surgem com ideias inovadoras em locais estratégicos, por um determinado tempo

OBJETIVOS – FUNDAMENTAR A CARREIRA PROFISSIONAL

Familiarizada na Sociologia por formação, e não menos pela área profissional na personalização de vestuário, o primeiro objetivo terá sido, entender a representatividade da Moda e/ou vestuário, como impacto sócio – económico e ambiental. Percebeu-se que na causa do problema, a massificação na produção em série, será a primeira e principal causa a combater. A massificação da produção ou *Fast Fashion* diz-se a segunda maior causa da poluição ambiental, logo a seguir ao petróleo - produz-se para motivar o consumo – e por isso, em demasia, quando parte dos produtos, não chegam a ser usados. (Debates da atualidade)

São diversos os movimentos na atualidade preocupados com o emprego de materiais biodegradáveis na produção, ainda que não tanto, com a produção em série. Contudo, vê-se a produção massiva, como uma magia capitalista, que gera por si só, forte formação de desperdício. Esta, para além de todas as motivações a alcançar, tornou-se na mais representativa para as intervenções. Reeducação comportamentos e responsabilizar desta realidade, quiçá será o consumidor a dizer não à produção em série, e procurar cada vez mais a personalização e ou o desigual, como renúncia à homogeneização.

O apelo publicitário envolvendo a moda sustentável pode ser observado em campanhas de divulgação de novas coleções, nas quais o direcionamento é para o consumidor final e a intenção fundamental é demonstrar que as empresas estão preocupadas com a sustentabilidade. Essa atitude é um dos aspetos fundamentais na atualidade para conquistar o público-alvo. (Moura,2013, p.10)

Como é referido no supracitado, o discurso em torno da moda, é fundamental para que as práticas se transformem, o discurso é por si só - transformação.

Refere (Oliveira,2013, p.143) sobre fenómeno da Moda para além de simples agasalho - possui poder, em dois polos de aparência contraditória, o da materialidade, e o da identidade do seu utilizador - como símbolo de espetáculo, na suposição de ser uma "engrenagem do tempo " considerando os novos discursos, a Moda terá que adaptar-se à moda.

Fenómeno social e cultural relativamente recente, a moda é hoje a manifestação de um certo imaginário erótico que parece organizar a vida coletiva. Ela governa, segundo Lipovetsky, as nossas sociedades. Efêmera, por natureza, a moda exprime, na verdade, a soberania das aparências e o poder da fantasia estética. Ela é, com efeito, a representação mais significativa do triunfo da sedução e do espetáculo. É por isso que a moda é, de algum modo, uma via de compreensão do social. Pensando-a, portanto, como engrenagem, por um lado, e como sinal, por outro, do nosso tempo, procuramos neste ensaio explorar de que forma ela é o prenúncio de uma socialidade assente no lado sensitivo, efervescente e instável das nossas relações intersubjetivas uns com os outros e da nossa relação ao mundo e às coisas. (Oliveira,2013, p. 143).

Por um lado, quem cria, num ideal imaginário, visa a aceitação de quem veste, por sua vez, quem frui terá que identificar-se nele. Pensa-se na sua superficialidade mas - o criador como o utilizador, pretendem que se immortalize no tempo – o estilo. O primeiro na convicção de definir legitimar um estilo, o segundo pela durabilidade, dar continuidade ao seu ser. Senão vejamos, quantas vezes a presença de uma peça marca a presença da pessoa, ainda que esta esteja ausente - deste modo, roupa e memória, não se podem dissociar.

Considerando o grau que abrange o conceito *Slow Fashion*, e face às mudanças comportamentais que se observam na atualidade - políticas vigentes em curso, crê-se na pertinência da personalização como um passo representativo neste conceito por - não constituir "mais uma peça" no roupeiro, mas - "aquela peça" e que por isso mesmo nunca formará lixo, é duradoura, ajustável e recuperável. De tal modo, que a poupança de outrora, pareça ter "vestido" um novo nome. Afinal, a linguagem da atualidade jovem, situa-se no Remake, no *vintage*, num passado reconstruído. Como é referido por (Almeida,2013) - " Transformar a crise em oportunidade".

O fim do fast-fashion permite um '(...) retorno aos clássicos e aos básicos (...)' (-Marchioro 2010, p. 137), '(...) Resgata a memória afetiva de objetos, propõem a reciclagem, a multifuncionalidade e a possibilidade de personalização ao mesmo tempo', (Garcia 2006; Marchioro 2010, p. 137). (Almeida,2013,p.137)

Os clássicos, na sua intemporalidade, permitem estar sempre nas tendências, e, com o emprego do desperdício constituiu um processo de minimizar os custos da mão-de-obra ao ser adquirido a menor preço, compensa o preço do produto final, promove mão-de-obra, sem que desrespeite o trabalho do produtor. Por sua vez, preveem na sua maioria, uma certa exclusividade, por um lado pelo contínuo emprego de amostras, que não passam a ser comercializadas, pelo outro, pelo facto de serem utilizados em áreas diferentes, a título de exemplo, materiais têxteis lar, entre outros, no emprego de confeção de vestuário.

Acredita-se que a personalização será o maior veículo para combater a causa pela raiz, e atentar a produção em série, para além disso, induz à recuperação, sendo que cria apego entre o vestuário, a personalidade e vivências - torna-se impeditiva de formar lixo, passa de supérfluo ou efémero a intemporal – promove mais trabalho na recuperação. Assim, acontece o imaginário operado num real cultural e coletivo, pela via do sentir paixão e ou apego, na qual os criativos possuem uma responsabilidade acrescida conjuntamente com o engenho do saber fazer, afinal, quem não apreciará ser único no seio da homogeneização.

Sente-se nas práticas atuais, uma espécie de necessidade de remeter para as origens, como que o plafom do criativo se tenha esgotado, em atitudes individuais e coletivas ou culturais, procede-se a revivalismos contínuos, o *vintage* torna-se *Fashion*. É de observação comum que tudo remete para o clássico, com início nos vinhos, já há uns anos - na arquitetura, nos veículos, o *remake* na música, o recuperar de móveis, os discos de vinil, enfim, tudo é - "um eterno retorno".

Neste pressuposto, identificou-se a atividade profissional da personalização de vestuário, como um passo representativo na prática de *Slow Fashion* ou Moda lenta, como de igual modo, a *Slow Fashion* reafirma a prática profissional de sempre.

CAPÍTULO I – COMPONENTE TEÓRICO REFLEXIVA

1. A MEMÓRIA CONFERE À MODA - SENTIR O TEMPO QUE A MODA NÃO TEM

Assim, na primeira secção deste capítulo, refletir-se-ão os diversos conceitos de memória e tempo, por se considerar que a Moda associada ao efémero, está estritamente relacionado com o uso supérfluo - pouco tempo de utilização. A memória prevê prolongar afetos e sentires - deste modo, abordar-se-á a Moda e o vestuário, como objetos sociais, estabelecendo a ponte com o incontrolável campo da Sociologia, e o seu olhar sobre a Moda.

De seguida, explora-se o campo da Indústria da Moda nas suas atuais tendências, entre o *Fast Fashion* e o *Slow Fashion*, onde se refletem paradoxalmente as políticas da atualidade, e de que modos se operacionalizam. Este será o ponto central do projeto de intervenção, na convicção da personalização constituir um meio de combate ao supérfluo na Moda, como de igual modo, propiciar o emprego do desperdício.

E, como a Moda é conceptualizada à luz das teorias do simbólico e da produção de sentido, aborda-se a Moda no contexto da Comunicação, do qual não se poderá dissociar.

De modo peculiar, remete-se para o mundo do teatro, onde se crê desde sempre - ser um forte campo de intervenção na personalização, recuperação e reutilização, como na passagem de informação e contágio triplo, entre – atores-produtores-consumidores.

A partir desta conceptualização, e já no último ponto do capítulo, o enquadramento dirige-se para o ponto central do projeto de intervenção - a personalização de objetos de Moda, não mais que a continuidade da área profissional, como estado da arte deste projeto de intervenção. Daí – proceder-se a uma retrospectiva das intervenções na carreira profissional. - Na possibilidade de se articular no conceito *Slow Fashion*, a sua relação de articulações com memórias e tradições de identidade cultural, que remetem para o Artesanato, forte componente na personalização, como para as origens - passado que se sente ter estrita relação com a personalização e novas tendências a operar.

1.1 - A MEMÓRIA NO CONTEXTO DA MODA- O TEMPO QUE A CORROBORA

O tempo não existe em si, afirma Norbert Elias - não é nem um dado objetivo, como sustentava Newton, nem uma estrutura a priori do espírito, como queria Kant. O tempo é antes de tudo um símbolo social, resultado de um longo processo de aprendizagem. Foram necessários milênios para que a noção de tempo, fosse assim depurada. (Cunha,1998,p.2 Apud Elias-1897/1990)

As "malhas cada vez mais finas da trama temporal contínua" que, na perspectiva de Elias marcam a modernidade, estendem-se pelo mundo, possibilitam o que se chama de feiticismo do tempo. Como ainda, o rigor do modelo de desenvolvimento inerente à sociedade industrial. Este feiticismo do tempo, quase que naturalizando-o, rege a temporalidade na qualidade de construção social. A medição conduz à uniformização enquadrada pelos estados industrializados, nega os diferentes modos em que o tempo se nos apresenta.

Não que se pretenda cá discutir o modo como o tempo se vive, mas sublinhar que - o sujeito se envolve numa "trama" narrativa, num lugar social que define as diferentes temporalidades. A faixa etária de pertença, a experiência de vida, o grupo social, condiciona o modo de vida de cada indivíduo.

Há por assim dizer, diferentes modalidades de tempo social, o que parece relevante pensar-se, o tempo histórico, ecológico, tecno-económico, mítico, entre outros, que expressam diferentes temporalidades. Assim, o tempo nas várias modalidades torna-se relevante para perceber a articulação existente entre o tempo e memória.

Visto entender-se que, a memória é o estabilizador, ou a ponte no tempo - situa, relaciona, confere identidade, e um sem número de conhecimentos retidos por ela que dão sentido a um presente contínuo. Que aprendizagem ou evolução teria decorrido ao longo dos séculos, se não houvesse memória. Como em qualquer outro âmbito da vida humana - sem memória, tudo perde o sentido, no espaço e no tempo do aprendido.

Claro está que este conceito de memória, que situa e identifica, é de igual modo identificado no setor da Moda -Vestuário, sem memória como se identificaria um estilo, um clássico, ou uma peça secular. Ou tão-somente como se procederia aos revivalismos

a que se assiste na atualidade, ou até, como identificar uma peça como *vintage*, tão em voga - a memória que transporta saber cultural, não menos nas práticas atuais. E, a memória individual - quem não reteve na memória, uma ou outra peça de vestuário que definiu um certo momento - os sentimentos que a ela se associa, seja pessoal, ou de quem passa, e marca.

Neste contexto, o de remeter para passado - apela à memória, de individual a coletivo, e vice-versa, com a sensação de que os indivíduos carecem de História. A memória traz consigo, práticas culturais do passado, e por isso, situa o indivíduo, no tempo e espaço de origem, imortalizando-o, dando-lhe ser, confere-lhe identidade numa era de dispersão. Para além disso retém e transporta sentires, que criam laços inapagáveis. São "os pequenos objetos" que se retêm na memória, e por sua vez, estabelecem laços sentidos, entre passado e presente, real ou imaginário, que por correlação ou associação, dão sentido à continuidade das origens.

A moda, como todos os fenómenos sociais, situa-se em determinadas épocas históricas, épocas essas que respeitam tendências e hábitos de vida. A atualidade, tida como pós-moderna, é vista por vários estudiosos como o prolongamento da Revolução Industrial.

Norbert Elias (1984;113 seg.) entre um modo de determinação do tempo marcado por um carácter pontual e descontínuo e a nossa modalidade atual, que diz assentar numa trama temporal contínua. Todavia, para ele, o que determina a diferença não é nenhuma forma de essencialismo, como de algum modo acontece em Eliade ou mesmo em Gourevitch, mas antes uma questão técnica.

O carácter pontual e descontínuo da determinação do tempo no passado estaria associado à necessidade da presença dos objetos que serviam como marcadores temporais, nomeadamente os astros. Elias encontra nessa fase uma forma de experiência do tempo que diz ser própria de um nível de síntese ou abstração relativamente baixos. Seriam então as transformações que conduziram à sociedade moderna, as responsáveis pela alteração deste modelo. (Cunha,1998,p.2 Apud Elias)

Refere (Cunha,1998) - "A contabilização do tempo não se faz pois, numa ordem linear, mas cíclica, o que tem consequências relevantes não só ao nível da sua percepção, como também no modo como a temporalidade é vivida pelo sujeito.,"

Neste contexto, aplicável ao vestuário - ele é de igual modo cíclico, permite, marcar ou demarcar épocas. Assiste-se com frequência, ao retorno de estilos, procede-se a revivalismos que marcaram épocas históricas, o que acontece a título de inspiração dos criativos. Operam-se pequenas transformações, na realidade, transportam-nos para determinadas épocas, pelo poder simbólico que adquirem.

Os pormenores e ou acessórios, carregam as grandes diferenças. Dos acessórios a título de e.g. - peças de retrosaria (botões, fivelas, fitas, rendas, pedraria), entre outros, estes pequenos acessórios, por muito que se reproduzam, estão submetidos ao método de fabrico das respetivas épocas de pertença, como à escassez de produção de certos materiais, que por vezes entram em extinção. Neste âmbito, repensa-se o artesanato como processo de remeter para as origens.

(...) É no meio de pequenos objetos que (...) se sente à vontade, é neles que investe enchendo a casa de mil bibelôs, fotografias, cobrindo as paredes com coisas pequenas, quadros, cromos, ex-votos, etc. (Gil, 2004: 51). Uma vez mais falta comparação e rigor na observação, mas para lá disso vemos como um traço cultural se substancializa, tornando-se um indicador profundo de natureza identitária. Basta ter presente as consequências que Gil atribui a essa pequena escala, como o enclausuramento do sentido – entendido como o “encolher, limitar, aprisionar do sentido no circuito empírico das pequenas coisas e dos pequenos prazeres. (Cunha,1998,p.2 Apud Gil, 2004)

Não se apresente ambicioso, (re) pensar os acessórios e o vestuário, na qualidade de "pequenos objetos", esta é uma prática de tradição nas famílias mais conservadoras, é o também, para quem não teve - adere como símbolo de ascensão. Guardam-se e recuperam-se, peças de memória - o vestido de batismo, a mantilha de casamento, a toalha de linho, entre outros, na perspetiva de que as gerações vindouras as reutilizarão por via de manter viva a memória, entre o passado e o presente - não delimitar o tempo, dando-lhe continuidade, processo que de algum modo - imortaliza na história do tempo, a memória que os objetos carregam.

A diversidade e a pluralidade na moda representam uma espécie de “eterno retorno”, no qual as manifestações do presente, em atualização constante, buscam inspiração no passado, o que dá ao observador atento uma visão mais próxima da continuidade do que da rutura. Não pretendemos com isto colocar em causa a categoria do efêmero, que tem orientado diretamente a moda. A moda encontra-se, hoje, num particular momento da história, marcado pela aceleração do tempo, pelo culto do efêmero: ela é, conforme afirma Vinken (2005:42) “a arte do momento perfeito, da aparição súbita, surpreendente” e por isso, ainda, segundo o mesmo autor, “a sua realização é, ao mesmo tempo, a sua destruição. Aparecendo e dando forma definitiva ao momento, a moda quase já faz parte do passado” (Vinken, 2005:42). (Gama,2013, & Castilho, pp.5-14)

Refere (Gama, 2013, pp.5-14, Apud Lee, 2003) o referido livro, abre caminho para que reflitamos a modernidade na sua relação com a moda, apontando de modo cruel, o poder associado à moda, como ainda, a irracionalidade que lhe é inerente. Não deixa de referir - a contemporaneidade - o fugaz é a característica determinante da moda. Moda esta, que brinca aos extremos, que rejeita "o já visto", tornando-se "na arte do momento perfeito, da aparição súbita, surpreendente", segundo o autor, "a sua realização é ao mesmo tempo, a sua destruição".

A moda é pertença do passado, contudo, e considerando a permanência a que lhe está associado o "devir", constata-se que há nela o fundamental que lhe subjaz. Concluindo a autora, que a mudança se faz ressaltar face ao que é substancial. Processo que decorre, em torno do aparente, do fluído, do efêmero, do que se vincula ao presente, do agora. É em torno deste discurso, que a moda é o seu nascer e a sua morte.

Assim sendo, e na sequência do que nos refere a autora, a moda na sua pluralidade e diversidade, não é senão, o “eterno retorno”. Concretamente, a atualização permanente é no passado que se inspira, o que permite por observação atenta, a percepção de continuidade do que propriamente de rutura, entre o passado e o presente.

A complexificação do sistema produtivo é um dos descritores mais importantes das sociedades contemporâneas. Se antes da constelação de revoluções do século XVIII e XIX o trabalho produtivo se reportava essencialmente à organização de recursos com vista à elaboração de bens destinados à satisfação de necessidades de sobrevivência ou, residualmente, de bens com funções de natureza simbólica ou ritual, a consolidação do sistema económico industrial-capitalista implicou exigências de ordem económica, tecnológica e organizacional que obrigaram à consideração de variáveis que são hoje estruturantes do sistema económico moderno. Referimo-nos ao facto de neste sistema a produção não estar orientada para o nível do consumo suficiente, mas para a criação exponencial de mercados e para lógicas de consumo excessivo, supérfluo e efémero. (Ribeiro, 2012, p.1)

O excerto supracitado, situa-nos no tempo da Globalização, que traz consigo, comportamentos estratégicos do "atual sistema económico industrial-capitalista, estruturantes do sistema económico moderno". Refere ainda, que o sistema se opera por duas vias: Pela prática consumista "alicerçada" em modelos de referência global de consumo, dos quais os media pela publicidade detêm o poder de persuasão.

Por outro lado, "o segredo da insaciabilidade é a diferença, a ínfima dissemelhança entre objetos similares que faz de cada ato de consumo uma peça do projeto de identidade pessoal do indivíduo moderno". (idem)

Digamos que, acontece como que o encontro de "uma falsa identidade" de compensação pela aquisição de produto, estratégia de "estar na moda", facto que a globalização se encarregou de expandir pela velocidade da informação, pela qual se transformam velozmente práticas culturais. As práticas transformam-se pela via das tecnologias, de locais, em globais. "O reverso deste movimento é a revalorização da genuinidade, singularidade e originalidade das práticas e produtos locais ou nacionais, acompanhada da sua ressignificação". (idem)

No momento em que se criam ícones de referência, o vestuário deixa de ser "a moda" e passa a ser portador de fortes representações simbólicas. Retrata épocas, classes sociais, estilos de vida, construções sociais, e identidades. Se a moda/vestuário interfere na vida dos indivíduos, os indivíduos conferem-lhe identidade, há uma relação recíproca, entre o que se veste e para que efeito se veste, o que veste e quem veste.

"O consumidor atual não compra apenas objetos, compra sobretudo, signos de identidade, estilo de vida ou imagem" resultante das sociedades globalizadas, onde, o

consumidor adquire símbolos em representação da classe social, e ou, cultural, desencadeada pela trama económica capitalista de produção. (idem)

Com efeito, e na sequência do pensamento do valor simbólico, um dos fatores que demarcam a preferência de certas classes sociais, reside na diferença do produto face às produções massivas. Aqui, as tendências já não primam pelo que a maioria usa, mas por quem as usa, que confere "a reputação" ao produto, como de igual modo, por quem as produz, neste caso, "a origem nacional do produto - " *nation branding* " conferida pela reputação inerente ao país de produção". (idem)

Não se pode deixar de lembrar, o quanto terá sido notícia, Luís Onofre, ao calçar Letizia Ortiz, Michelle Obama e Paris Hilton. Devendo-se questionar, se terá sido somente a criatividade do *designer*, ou se o conceito da qualidade portuguesa no calçado. Quem os usa se os reputou na qualidade de imagens públicas, ou pela qualidade que é conferida ao produto, ou somente pelo conceito de mercado do calçado português.

Considerem-se dois pontos cruciais na atualidade da moda, por um lado o consumismo, pelo outro, a diferenciação dos que procuram a identidade pela diferença, e a ânsia de não serem iguais à maioria, pelo que, se associa à personalização, como regresso às origens culturais, e de igual modo pela negação das tendências homogeneizadas numa sociedade de produção massificada.

"A compressão espaço-temporal, associada às tecnologias de transporte, informação e comunicação, produziram novos padrões e referências culturais de escala verdadeiramente global. Com isso produziu-se um movimento duplo de universalização do particular e particularização do universal" (Ribeiro,2012, Apud Robertson, 1992a).

Neste sentido, a globalização, nas dimensões - económica, política, cultural, social e tecnológica, envolve a massificação de desterritorialização de práticas e produtos que, na sua origem, eram de dimensão local/regional/nacional. "O reverso deste movimento é a revalorização da genuinidade, singularidade e originalidade das práticas e produtos locais ou nacionais, acompanhada da sua ressignificação" (ibidem).

Em 2015, uma investigadora holandesa de moda, Li Edelkoort, publicou o "Manifesto anti-fashion", onde apresenta a moda da atualidade como "obsoleta", os consumidores do presente como os do futuro, quererão criar o que vestem. Refere ainda, que as novas famílias com poder económico dos EUA, já não têm a mesma relação de consumo em relação à moda, procuram a diferença, não a homogeneização.

Como prova do que se refere, Jean- Paul Gautier, em 2014, anunciou o fim da linha de *prêt à porter*, alegou que a produção massiva lhe condicionava a inovação de criação. (Li, Edelkoort, 2015)

Para além da disputa de marcas de *Fast Fashion*. Crê-se pois, que o costureiro regressa ao mercado, com o trabalho por medida, e personalização. Sem que houvesse a real intenção de responder ao movimento *Slow Fashion*, mas porque as tendências o solicitam visto haver necessidade de não anular a criatividade, ou atentar-se a distinção, dos que não se propõem a uma moda homogeneizada.

Observe-se no supracitado, crê-se que a originalidade e diferença, surgem como que por emergência, de regresso a valorizar as práticas culturais de origem, conferindo-lhes significado, para que não restem dúvidas de quem é qualificado a produzir o quê, onde Portugal se terá evidenciado de longa data, na qualidade de produção de calçado, e em tempos da têxtil. Questão que prevê um aprofundado estudo dos efeitos da globalização, e de que modo operou transformações na sociedade atual, de modo peculiar, no conceito de cultura. Atente-se, se a globalização é produtora da homogeneização, por sua vez, demarca de igual modo a diversificação e diferenciação na era dos paradoxos, a globalização une e demarca territórios.

Já se foram os tempos em que o produto ou a imagem de marca falava por si, o que não acontece efetivamente no mercado atual, onde "a origem nacional do produto pode constituir um ativo fundamental a ser incorporado pelas marcas comerciais" (ibidem).

De algum modo, a globalização parece ter especializado os países na produção de certos produtos, o que terá responsabilizado as marcas de prestígio a procurarem os diferentes países, para a produção de diferentes produtos. Assim, o marketing "*nation branding*" concebe-se não a uma micro escala, nacional ou regional, contudo demarca a nação no contexto global.

E, apesar de as produções dos artigos serem pertença de certas regiões do país, em conformidade com as suas áreas de produção, visam na atualidade, a expansão global, em representação do país. É notório, na cidade de Guimarães, onde a Indústria se acentua na produção de calçado, têxtil e cutelaria, o marketing de "*nation branding*" que se tem efetuado, direcionado para o "Guimarães marca", maioritariamente no setor têxtil, noutros em menor escala, como na área de calçado e cutelaria. Pelo que se depreende, que já se encontre "assumido como um elemento simbólico de valorização e de garantia do produto e pode constituir-se como um fator de diferença".

O Departamento de Desenvolvimento Económico, volta-se para a têxtil, como representação local, entende-se a estratégia de impacto nacional no âmbito "Guimarães Marca" - "*nation branding*".

Refere (Barthes,1967, p.12), em qual será a razão, pela qual a moda se situa tão acentuadamente no vestuário, ao que responde - a razão é simplesmente económica.

De facto, o que há de notável neste imaginário constituído uma finalidade de desejo (esperemos que a análise semiológica o demonstre suficientemente) é que a substância é essencialmente inteligível: não é o objeto, é o nome que faz com que se deseje; não é o sonho é o sentido que faz com que se venda. (Barthes,1967, p.12)

Posto isto, o que a moda possuiu de efémero, transporta-a para o escasso tempo que lhe é conferido, como para o discurso que lhe é atribuído, efémera pelo emprego do seu uso supérfluo, em torno de um "nome".

[...] Foi o tempo que dedicastes à tua rosa que fez da tua rosa tão importante." Le Petit Prince – O Príncipezinho (Antoine de Saint-Exupéry)

Como se subentende no excerto supracitado, o tempo de dedicação confere afetos e cumplicidade. Uma peça de pouca duração, fabricada em quantidades exorbitantes, não poderá ter a representatividade de outra criada a pensar em quem a usa. Se por sua vez é duradoura, transportará mais tempo e memórias de vida, que criam vínculos e afetos.

A um certo momento, há como que uma necessidade de voltar atrás e rever a cultura. Questão que se verifica desde sempre, que dá ser à expressão, por muito iluminado que se considere o criativo, " outrora, alguém o havia pensado", de algum modo, parece ter-se esgotado, "*o plafom*" da criatividade do artista.

Deste modo, o artesanato consolida-se na sociedade pós-industrial, como uma organização social, com um cenário de diferenciação, na visão de alguns autores é – de grande importância para manter a sanidade humana. Parte de saber fazer, ter habilidades, e usá-las.

Nesta perspetiva, e no contexto da atualidade, o artesanato torna-se favorável, numa cultura de livre iniciativa, o individualismo e a construção de redes de trabalhadores independentes. É pertinente, sistematizar o conhecimento, na perspetiva

artesanal, a considerar os produtos turísticos, que o artesanato se encarrega de demarcar, no tempo e espaço. Para além do fator turístico, o artesanato pode de igual modo contribuir para uma adequada promoção de bem-estar. E, ainda, a ter em conta que o artesanato é uma forte via para o desenvolvimento sustentável.

Em suma, o artesanato que se verifica a norte de Portugal pode agregar o valor cultural à atividade turística.

Dever-se-á explorar esta responsabilidade cultural, na qualidade e também de sustentabilidade que remete para as nossas origens. Entre outros autores refere Chiti⁵ - "a história do artesanato se confunde com a história da humanidade". Surge por isso, desde que o ser humano desenvolveu artefactos para a sua sobrevivência, pelas suas próprias mãos.

⁵ Chiti, Jorge Fernández *Artesanía, Folklore y Arte Popular*. Buenos Aires: Ediciones Condorhuasi, 2003

Questão que se deva considerar de maior pertinência a adotar nas políticas de desenvolvimento do país. Se por um lado, fornece identidade cultural no espaço e no tempo, pelo outro permite de igual modo, e na qualidade de política sustentável, impedir a formação de lixo e sucatas. A esta semelhança, a Suécia, adotou esta política de desenvolvimento para quem possui engenho - a recuperação, consertos, entre outros meios artesanais de produção. Realidade que se observa de igual modo nos últimos anos, a norte de Portugal.

1.2 - DA MODA FAST FASHION E CONSUMISMO, À SLOW FASHION

O conceito Slow Design teve como pioneiro a Slow Food com início em 1986 com o desejo de Carlo Petrini para preservar a integridade cultural de cozinha em regiões locais da Itália. O conceito do Slow Food foi criando adeptos e foi-se expandindo a outros movimentos lentos (Slow Design, Slow Production, Slow City) que compartilham o mesmo objetivo de desacelerar o consumismo, as altas taxas de produção, e de exaustão dos recursos naturais do planeta. (Santos,2011,p.8)

Como é referido no excerto supracitado, o conceito *Slow Fashion*, é inspirado no *Slow Design*, que por sua vez se inspirou no conceito *Slow Food*, melhor dizendo, o *Slow Food* terá sido a inspiração para tantos movimentos *Slow* que emergiram. E, como se pode verificar ainda na citação, este movimento – *Slow*, tem já umas décadas, pioneiro para preservar a "integridade cultural da cozinha", devendo-se questionar, se aplicado ao discurso de desaceleração consumista, não se deva de igual modo questionar a "integridade", não só cultural, como pessoal, e global. É claro que a *Slow Fashion*, visa todas as técnicas que abranjam em maior número, o ciclo da produção ao consumo.

Responsabiliza os indivíduos, face ao comportamento compulsivo no setor de vestuário *Fast Fashion*, desde a produção, ao consumo. É uma política que visa a sustentabilidade ambiental no setor do vestuário, do meio de produção ao consumo.

Apesar do sistema de moda ser um ramo que normalmente visa a produção e o consumo desenfreado com a efemeridade a dominar o ciclo de vida dos produtos, onde se observa a predominância da indústria do fast fashion, baseada principalmente na resposta rápida, atualmente, começa a surgir um novo paradigma, que privilegia o bem-estar, e com as questões ambientais e que procura produzir peças ambientalmente corretas, seja na escolha dos materiais têxteis ou mesmo pensando em como pode ser feito o processo de reciclagem das mesmas. (Araújo, 2014, p.45)

No discurso supracitado, de peças "ambientalmente corretas" pode-se aludir à *Slow Fashion* – Moda lenta. A Moda pode recorrer a vários modos de responder à sustentabilidade ambiental, entre eles – Recuperação de vestuário, reutilização, reciclagem de materiais como os desperdícios, entre outros, independentemente destes serem ou não biodegradáveis ou ecológicos. O que se torna importante é que, a preocupação de sustentabilidade seja uma máxima no ciclo de produção ao consumo.

Nota-se assim o surgimento de um consumo consciente, onde se verifica que cada vez os consumidores se interessam em saber mais sobre o produto, nomeadamente, como este foi feito e se é nocivo ao meio ambiente. Para Moraes, Carvalho e Broega existe um grande envolvimento das pessoas com a moda e a preocupação ambiental está evoluindo, onde aparece uma forte necessidade por ações no campo da moda sustentável. (Araújo,2014,p.11 Apud Moraes, Carvalho, & Broega, 2011).

Como no supracitado, deve dar-se relevância, à evolução que se tem sentido neste sentido da sustentabilidade ambiental. Questão que permite refletir a passagem do conceito *Fast Fashion* para o da *Slow Fashion*, não devendo por isso, deixar de refletir, o modo lento com que se operará mudanças, numa sociedade económica, sustentada pelo "não compensa" incutido até pelos comerciantes de vendas - apresentam produtos excessivamente acessíveis - nada compensa, sem que se questionem sobre o que está por trás dos preços baixos, ou das repercussões seguintes.

Esta é a realidade da aceleração da época económica criada para o consumo supérfluo, não se pode por isso, deixar de refletir na atualidade, a aceleração do tempo que sustenta o efémero, como a moda.

(...) Vamos ressaltar a beleza. É que também a moda, lato senso, se pode englobar no âmbito dos estudos artísticos, como um dos caminhos para desvendar o esplendor da verdade das coisas. Refletir sobre moda implica que esta não seja enfocada num só sentido. Consideramos, pelo menos, três dimensões que aí se interpenetram: as dimensões da comunicação, do mercado e da cultura. (Gama & Castilho, 2014, p.2)

Na sequência deste pensamento, a moda na atualidade, é "transfigurada" pelo fenómeno do *fast-fashion*, pelo "culto das tendências", e pela força exercida pelos grupos económicos. Há três "conglomerados de luxo que dominam o mercado: o grupo Kering, o grupo Richemont e o LVMH – Moët Hennessy & Louis Vuitton (ibidem). Com o surgimento de novas marcas competitivas no mercado, que se postulam ao estatuto de "licenciamentos das griffes, convertidas em ícones as marcas consolidadas personificam a quintessência, ou o que se é, de uma sociedade de consumo". (ibidem)

É no excessivo espírito consumista que reside o pressuposto de que tudo na moda - é concebido para o agora - como que descartável, com frequência se ouve a expressão - "não compensa guardar", não compensa recuperar, não compensa reutilizar, não compensa fazer - o lixo é empilhado de produtos aparentemente pouco usados (senão novos) e, por uma razão única, "compensa comprar novo", a mão-de-obra é cara, e os materiais duradouros acabam por não compensar, visto que saem de moda.

E, no momento em que nos dirigimos aos estabelecimentos comerciais, essa é a mensagem que é passada – "não compensa". O que impera pela diferença é tudo que é novo, independentemente da qualidade, a qualidade subjaz na novidade, e na quantidade, e como que por contágio público ouve-se o "não compensa", do fornecedor ao consumidor.

Deste modo, o conceito "*Slow*" segundo (Araújo,2014,p.54 Apud Berlim, 2012) não é uma contraposição ao "*Fast*", mas como uma nova visão na Moda. O *Slow*, pretende ser um conceito que abrange todo o círculo de envolventes na Moda, desde os produtores ao consumo, é por isso mais - que o abrandamento no consumo; refere que a *Slow Fashion*, tem como objetivo a preservação dos recursos naturais, apela à reflexão e

mudança de atitude, no sentido de abrandar a aceleração no ciclo da produção ao consumo na Moda. Visa ainda, a qualidade e duradouro. E que - “Conjugam prazer em criar, inventar e inovar com prazer em consumir” (Araújo, 2014,p.54 Apud, Berlim, 2012).

Na afirmação citada, depreende-se que a *Slow Fashion*, é muito mais que o combate ao *Fast Fashion* - esclarece, inova, cria, independentemente dos recursos, visa a proteção ambiental, em harmonia com toda a conjuntura envolvente na área da Moda, e defende a não homogeneização.

Neste pressuposto, talvez se possa inferir, que - a personalização de vestuário, não deixa de ser uma medida de *Slow Fashion*. E, na verdade, uma medida que não é mais, que remeter para um passado cultural do povo Português, assente em inovar, transformar, solucionar, com o que há disponível, e que "se tire proveito da crise", para do malefício se proceder a benefício. Assim, o ambientalmente necessário, reúne-se ao esteticamente necessário para o consumidor, e toda a cadeia envolvente.

A estética tem um papel fundamental no consumo de bens, o consumidor deve reconhecer nos produtos mais-valias em termos ambientais mas principalmente estéticos incentivadores da compra e da criação de laços afetivos com o produto, que não só levem à aquisição mas também à sua manutenção por mais tempo. (Santos, 2011,p.9)

1.3 - A MODA AOS OLHOS DA SOCIOLOGIA

"A SOCIOLOGIA E A ARTE FORMAM UM CASAL ESQUISITO" (BOURDIEU)

A Sociologia – ortodoxa da Arte – objeto humano que toca dimensões do género artístico – estética - emoções- subjetividade. A vida social – partilha de sentidos- construção de sentidos. Trata-se de perceber o que é Arte, definição que tem mudado ao longo dos tempos, expressões artísticas silenciadas, entre outras, porque as sociedades funcionam, daí ser necessário o consenso para que se torne eficaz – ignorar alternativas. A Arte em sociedade – Reconhecimento coletivo, valor atribuído através de relações de força – Poder que também está no mundo da Arte – Mercado de bens simbólicos.

Até que ponto se pode ver a Arte como aspeto sociológico – A Sociologia é "alérgica" à naturalização, porque tudo é humano – o que não é natural, é uma construção resultante da interação coletiva.

A sociologia da Arte teve de romper com as visões da Arte – "A aura" – o que de estético tem de nós, relacionada também com a genialidade do autor. A Sociologia tenta perceber o que é monólogo, através de um olhar de desconstrução, nos contextos sociais – atores- relações sociais que se repetem.

Há duas vozes quando lidamos com a Arte,

- Genialidade do artista
- História da Arte
- Discurso essencialista – Remete para a vida pessoal do artista, interpreta-se a obra à luz da vida do artista.
- Discurso sociológico - Possíveis olhares - incorporando e retendo os dois discursos.

Aos olhos de Marcel Mauss a Arte é um fenómeno social total - possui valor económico, material e religioso – dimensão social – coesão social- relação que se estabelece com a Arte como processo de inclusão e exclusão.

Ideologia – A Arte tem a capacidade de transformar as visões do mundo – tudo é ideologia porque tudo transporta visões do mundo.

Poder simbólico – Bourdieu – Linguagem – a Arte como acessório de poder.

Poder- resistência – Foucault – Não há poder sem resistência, a Arte também é uma forma de resistência.

Becker faz uma crítica à sociologia da Arte, que se crê, corrobora a afirmação acima referida de Bourdieu. A Sociologia da arte dominante, na perspectiva de Becker apoia-se nas atividades de ação coletiva, para Becker, não é do foro do sociólogo definir o que é ou não Arte. Devendo por isso esta afirmação ser feita no âmbito da Arte. Deve por isso, ser definida pelos constituintes no mundo da Arte. Becker questiona-se sobre quais as definições que definem o que é Arte, e quais as ações na produção de Arte, como de igual modo em que circunstâncias se alteram.

Becker define que a Arte em Sociologia da Arte assume uma compreensão relativista e não essencialista, o que de certo modo, "anula" o artista e a sua capacidade de inovar. Considerando que aceita sem crítica o princípio estético legitimado, considera por isso que a Sociologia – na teoria de que a obra acontece na expressão

pessoal das experiências sociais, culturais, e psicológicas, do artista, de modo particular no campo das disputas simbólicas. Aqui, o artista é tratado como sendo "um produto" num contexto histórico e social. Em detrimento do estilo do artista, valoriza-se a concepção ideológica da consciência coletiva, de um grupo ou classe social, ou simplesmente de uma ação em determinada época histórica, anula as crenças, as concepções do mundo do autor.

Por trás do *glamour* há um lado sombrio, que transforma "produtos em marcas", um terceiro mundo, que satisfaz o primeiro. A exploração da mão-de-obra infantil na periferia é uma realidade viva. Há pois, uma consciência social que deve debruçar a atenção neste setor, como processo de responsabilidade direta e desenvolvimento sustentável.

A grife é a marca que muda não a natureza material, mas a natureza social do objeto. Mas esta marca é um nome próprio. E ao mesmo tempo coloca-se o problema da sucessão, pois só se herda nomes comuns ou funções comuns, não um nome próprio. Dito isto, como se produz este poder com o nome próprio? Já se perguntou, por exemplo, o que faz que o pintor tenha esse poder de criar valor? Invocou-se o argumento mais fácil, mais evidente que é a unidade da obra. Na verdade, o que está em jogo não é a raridade do produto, é a raridade do produtor. Mas como esta raridade é produzida? (BOURDIEU,1983, p.8)

Para Bourdieu, o trabalho do artista "encontra o seu princípio em toda a estrutura e história do campo de produção e, através dele, em toda a estrutura e história do mundo social considerado" (Bourdieu, 1992). Portanto, "o sujeito da obra de arte não é nem um artista singular, causa aparente, nem um grupo social (a grande burguesia bancária e comercial que, na Florença do quatrocento - chega ao poder, nem a *noblesse de robe*, em Goldman) mas o campo da produção artística em seu conjunto".

(...) Que o poder não é qualquer coisa que se adquire, se arranca ou se partilha, qualquer coisa que se guarda e se deixa escapar; o poder exerce-se a partir de um sem-número de pontos e num mecanismo de relações não igualitárias e móveis. (Foucault, 1994,p.97)

Face ao excerto supracitado, poder-se-á identificar o modo "mascarado" com que o vestuário se apresenta como símbolo de poder, na medida em que há relações não igualitárias, há por isso, um exercício de força. O poder apresenta-se na diversidade, tal como a moda. O vestuário tem sido ao longo das épocas um meio simbólico de transmitir poder, e de estratificação social, estendendo-se às maiores desigualdades sociais, a (re) lembrar as abordagens de Bourdieu, desde o vestuário feminino, que condicionava os movimentos da mulher e libertava os do homem, como a demarcar as classes sociais.

O vestuário é por isso, uma força de poder simbólico, se para quem o usa, não menos para quem lhe faz a leitura. Desde constranger, a passar a identidade, ou identificar *status*.

Os consagrados no setor da Moda, não terão deixado o processo por mãos alheias, aderem ao conceito de velho, desgastado, rasgado, em torno de uma "estória" de sensibilização, e solidariedade social, aparente. Estas marcas, não estão ao alcance da maioria, ainda assim, acompanham as tendências, para que os seus produtores toquem os consumidores, e pareçam deste modo, estar solidários com a causa de uma sociedade empobrecida, e o estilo pobre, entra na moda.

Na sequência deste espírito, não são apenas as marcas consagradas que o exibem, como que por rebelião, o mercado mais acessível passa a (re) produzir o conceito pobre, do rasgado, desgastado, velho, e massivamente compra-se o novo com aspeto de velho, a passarem uma mensagem de distopia do consumismo.

Não é a moda que usa técnicas para evidenciar o envelhecido que se propõe cá abordar, com a estratégia do marketing da atualidade. Propõem-se sim, percecionar o modo como a esfera da Moda está correlacionada com o Poder económico, e como se "mascara" com estratégias de marketing.

Afinal, qual será a real atitude *fashion*, face a uma sociedade preocupada com o meio ambiental e ecológico, particularmente os jovens, "fingir" um estilo pobre coberto pelo setor económico, ou mudar as atitudes face ao mercado que se apresenta.

Diz-se de longa data - "Velhos são os trapos", porque preservar o conceito de velho nos trapos, se velho já " não é o que era", o *vintage* entrou nas tendências, os clássicos ganham poder de diferença e distinção, e o tempo volta para trás. Vivemos subjugados à linguagem empregue nos discursos, em torno de tudo.

O homem está condenado à linguagem articulada, e nenhum empreendimento semiológico o pode ignorar. Portanto, talvez seja preciso inverter a afirmação de Saussure e afirmar que a semiologia é que é uma parte da linguística. (Barthes,1967,p.10)

O que será na verdade velho, se anteriormente o que o definia era o desgaste do tempo, na atualidade - envelhece-se propositadamente para que o pareça, ainda que novo. O vestuário é submetido a contínuas lavagens e tintos, com um consumo de água, e eletricidade incalculável, com químicos altamente poluentes. Melhor será de facto, envelhecer as peças pelo seu uso e reutilização, e aí, não se "finge" estórias de estilo pobre, mas assume-se uma postura de vida, realmente *fashion*, solidária com as filosofias da atualidade de proteção ambiental e sustentabilidade. E não será menos interessante, perceber o porquê de na moda, tanto se falar no vestuário.

Porque será que a Moda fala tão abundantemente do vestuário? (...) A razão é como se sabe, de ordem económica. Calculista, a sociedade industrial está condenada a formar consumidores que não façam cálculos".(...) é que a sua substância é essencialmente inteligível: não é o objeto, é o nome que faz com que se deseje; não é o sonho, é o sentido que faz com que se venda. (Lipovetsky,1989,p.12)

Torna-se complexo definir o conceito de velho na atualidade, visto que, o discurso em torno da Moda revela que o "novo" está *out*. Face à atualidade das tendências, torna-se pertinente a sensibilização pública para este fenómeno social, a ser, que seja verdade. À semelhança da preocupação dos media em divulgarem a reutilização de uma peça em público pela princesa de Espanha, a título de exemplo a seguir, como referência de legitimação. E refletir a Moda, numa sociedade do "Eu", e a sua real dimensão, como existe, em que espaços acontecem, ou para quem.

A moda é celebrada no museu e relegada para a antecâmara das preocupações intelectuais reais, está em toda a parte na rua, na indústria e nos media, e quase não aparece na interrogação teórica das cabeças pensantes. Esfera ontologicamente e socialmente inferior, não merece a investigação, problemática; assunto superficial, desencoraja a abordagem concetual, a moda é o que suscita o reflexo crítico antes do estudo objetivo, e se a evocam é sobretudo para a justificar, demarcar distâncias, deplorar a estupidez dos homens e o único dos negócios: " A moda é sempre os outros. (Lipovetsky, 1989,p.15)

Lipovetsky analisa a moda pela rivalidade social, onde o consumo das classes obedece à ostentação face "aos outros", não possui passado ou futuro, para o autor, ela só existe no presente. Coexiste com uma sociedade meramente económica, de onde surge a versatilidade, de certo modo, para saciar a existência das rivalidades de classes sociais entre si. Razão pela qual se considera que - remeter para as nossas origens, na personalização de vestuário, propicia uma nova visão da Moda, senão, uma reforma do seu conceito.

Torna-se evidente - numa sociedade em mudança, pelos factos que se vão observando, há como que uma necessidade emergente na procura de um passado que certifique o que a " nós" diz respeito - há um novo discurso.

Se há uma situação em que são feitas coisas com palavras, como na magia – inclusive, melhor que na magia, isso se verifica no universo da moda. A grife, simples “palavra colada sobre o produto” é sem dúvida como a assinatura do pintor consagrado, uma das palavras mais poderosas, do ponto de vista económico e simbólico. (BOURDIEU & DELSAUT, 2002, p.159)

Fenómeno de grande relevância a considerar na atualidade, é o ciberespaço onde se opera a moda, a Internet quase sem que percebêssemos, transformou-se na maior "capital de moda", ultrapassou todas as possíveis capitais de referência para o mundo. E, aqui, tudo se desloca a uma velocidade atroz, um exibicionismo incontrolável, transformando-se em reais plataformas, onde todos são atores e agentes sem se cruzarem.

Imaginário, a fantasia, o desejo de comunhão, (...) os valores proxémicos (...) da vida quotidiana encontram na Internet e na 'cibercultura' em geral vetores particularmente performativos. (Maffesoli,2000:188-189)

De igual modo, ao analisar a sociedade líquida, Bauman confronta-nos com uma "sociedade espetáculo", extremamente influenciável pelo competir, pela representação, propriamente dita, onde tudo fluiu de modo veloz, e que por isso, não deixa raízes, ou solidez, tudo emerge no tempo, à velocidade da tecnologia.

O indivíduo substitui a ação pela exibição, deixando de ser ator para ocupar o lugar de espectador, substitui-se o sabor da vida, pela velocidade de passar imagem, como ator secundário da sua própria vida.

As cadeias de *fast-fashion*, a toda a velocidade, transformaram o mercado da moda, sensibilizando os consumidores, tal como foi expressado acima, " o velho não compensa", para que assim, se passe a fruir do novo. Estas cadeias alteraram a moda, colocando-a numa escala global, a baixo custo, sem qualidade - rapidez de novidade, não olhando a meios, para alcançar os fins. Como se sabe, das marcas que na atualidade, oferecem produtos a preço de impossível concorrência. No entanto, e como quem não quer saber - o público aflui a essas marcas, à procura da novidade ao menor preço. Mas ignoram, ou fazem-se ignorar, o que sustenta esses preços, como a exploração infantil, ou o trabalho precário de outrem.

No seguimento de Adorno, e de igual modo a refletir a sociedade líquida, analisada por Bauman, confrontamo-nos com uma "sociedade espetáculo", extremamente influenciável pelo competir, pela representação, propriamente dita, onde tudo fluiu de modo veloz, e que por isso, não deixa raízes. Como refere o sociólogo da atualidade, a título de e.g. das amizades nas redes sociais - " clicar no botão, e o amigo deixa de sê-lo" o poder do *like*, nas redes sociais, será que é a *griffe* da atualidade - este fenómeno denuncia - a velocidade a que se vive, e a vida, se tornou "líquida" e efémera.

O indivíduo substitui a ação pela exibição, deixando de ser ator para ocupar o lugar de espectador, substitui-se o sabor da vida, pela velocidade de passar imagem, como ator secundário da sua própria vida.

As cadeias de *fast-fashion*, a toda a velocidade, transformaram o mercado da moda, sensibilizando os consumidores, tal como se expressou acima, " o velho não compensa", para que assim, se passe a fruir do novo.

A um dado momento, ocorre uma invasão, com a forma de uma parada de vários objetos. O sonho do consumismo. Quem é o sonhador desta parada? Não se sabe. Cada um entra na parada e integra-se como se fosse o seu sonho, cada um é o "derradeiro governador", um individuo consumido pelo consumismo. O sonho que não é de ninguém mas de todos. (Gonçalves, 2016)

No excerto supracitado, explicita-se de um modo claro o fenómeno do consumismo, pela proliferação mercantil, minimalista, acontece como que por inconsciência - "todos" se comportam de igual modo, sem que se questionem porquê.

Na atualidade somos confrontados com uma sociedade consumista compulsiva, que sustenta o espírito tecido pela teia das grandes potências económicas, pelo marketing persuasivo e avassalador. Deve tomar-se consciência de que, o consumidor atual da moda rápida tornou propensa uma indústria da moda que deteriorou o meio ambiente no planeta, uma espécie de "bola de neve", produz-se para o consumismo, consome-se para haver produção.

Compete-se com o duradouro, pela máxima do "não compensa". Num ápice, despejam-se as casas no lixo, e adquirem-se novas peças, em sua substituição. "As casas querem-se com poucos objetos", decorações minimalistas, criam-se espaços amplos e vazios, pouco diferem umas das outras, onde não cabem memórias. Este é o espírito que sustenta o *Fast Fashion*, adquirir continuamente a preços tidos como acessíveis, artigos não duradouros, para que, rapidamente se procedam a novas aquisições, tudo fluí com a rapidez da sociedade atual.

Apela-me a memória, aquando criança, à linguagem dos emigrados em França, - "Na *poubelle*, há tudo o que há de melhor, enche-se a casa com novidades". Parecia uma realidade estranha aos nossos hábitos, contudo, na atualidade, deparamo-nos com contentores de lixo público, com a sensação de que os caixotes do lixo francês invadiram o país, objetos novos ainda com a etiqueta.

Numa acentuada crise económica, de certo modo este fenómeno apresenta-se "estranho", por não se identificar com os hábitos culturais portugueses. Pelo outro, a crise económica e os salários precários, terão motivado as compras acessíveis de modo irrefletido, como se reflete na Sociologia – " A compensação imediata, da cultura do pobre", considerando que não se pode acreditar em objetivos a longo prazo, gasta-se o "pouco" que há a título de compensar a precariedade.

Assim, a evasão de marcas a menor preço, conjuntamente com a crise financeira tornam-se permissivas a cultivar o espírito consumista, numa espécie de compensação imediatista, e, procede-se no hoje, sem apego aos alicerces do passado, como que não reste amanhã, ou ainda, de modo irrefletido não se questiona a ação do vestir. Reflete-se a vida "fragmentada" da pós modernidade.

Sustentei então que a quebra de certas esperanças e ambições modernas e o esbater-se das ilusões que investiam ao mesmo tempo nos mecanismos sociais e na existência individual, permite-nos ver com mais claramente do que nunca a verdadeira natureza dos fenómenos morais. (Bauman,2005,p.13)

Bauman reflete a questão da moral em nós, como ação "primitiva" que permite que a usemos prioritariamente, antes até de que saibamos o que é ou não socialmente correto, o que permite que nos confrontemos com a ação do "outro" para - "pelo outro". Deve repensar-se, e aplicar à temática em análise do - consumismo no setor da Moda, será suficiente que o indivíduo remeta para o que é moralmente correto "pelo outro", aplicáveis à responsabilidade de proteção ambiental.

Depois de terem desaparecido ou passado de moda os princípios universais e as verdades absolutas, pouco importa doravante que princípios pessoais e que verdades privadas o indivíduo adota (tanto mais que o seu compromisso nunca é profundo) e segue (mas nunca com excessivo zelo ou dedicação, disso podemos estar certos). (Bauman,2005, p.18)

Aqui, reside um forte fundamento - segundo o sociólogo para os comportamentos dos indivíduos na pós-modernidade - extensão da modernidade, a perda das verdades absolutas. Que nos trará um "vale tudo", onde não há um "mesmo plano" entre os indivíduos. Esta abordagem do sociólogo sobre " a vida fragmentada" far-nos-á (re) pensar a atualidade com outros olhos. Quão ambiciosa será a crença de que os

indivíduos se unam por uma causa, como a de salvaguardar o planeta, pela via de políticas sustentáveis.

Se cada indivíduo age de modo individual, de si para si. Reflete-se se a pertinência de combate à Moda *Fast Fashion*, pelo comportamento individual, e que deste modo, o processo se transforme pela raiz do problema. Que os indivíduos alterem os seus comportamentos de tal modo, que sejam contagiantes para os outros, e não o processo contrário - que os indivíduos respeitem um modelo de referência.

Uma sociedade fruto da modernidade, onde a oferta de "fornecedor de bens" diminui, e o indivíduo passa a ser um "recoletor de bens", que se sacia de prazeres, com uma liberdade aparente, e pensa-se dono da sua liberdade.

Debord a assinalava na década de 60. Se Adorno vê no homem a inércia no modo como absorve tudo o que as indústrias culturais enquanto potenciadoras e difusoras do consumo têm para oferecer e para ser consumido, Debord, olha para o homem subjugado à lógica do espetáculo. (Debord,1967,p.14)

No seguimento de Debord, e igualmente a refletir a sociedade líquida, analisada por Bauman, confrontamo-nos com uma "sociedade espetáculo", extremamente influenciável pelo competir, pela representação, propriamente dita, onde tudo fluiu de modo veloz, e que por isso, não deixa raízes, ou solidez.

O indivíduo substitui a ação pela exibição, deixando de ser ator para ocupar o lugar de espetador, substitui-se o sabor da vida, pela velocidade de passar imagem, como ator secundário da sua própria vida.

As cadeias de *fast-fashion*, a toda a velocidade, transformaram o mercado da moda, sensibilizando os consumidores, tal como foi expressado acima, " o velho não compensa", para que assim, se passe a fruir do novo.

Estas cadeias alteraram a moda, colocando-a numa escala global, a baixo custo, sem qualidade, com rapidez de novidade, não olhando a meios, para alcançar os fins, como se sabe - marcas que na atualidade, oferecem produtos a preço de impossível concorrência, No entanto, e como quem não queira saber, o público aflui a essas marcas, à procura da novidade ao menor preço. Mas ignoram, ou fazem-se ignorar, o que sustenta esses preços, como a exploração infantil, ou o trabalho precário de outrem.

Assim a oposição entre dois polos, e entre as duas visões da economia que neles se afirmam, assume a forma da oposição entre dois ciclos de vida da atividade cultural, dois modos de envelhecimento das empresas ou iniciativas, dos produtores e dos produtos, que se excluem por completo um ao outro. (Bourdieu, 1992/1996, p.174)

Bourdieu exemplifica a escrita e compara a outras Artes, a título de exemplo, à Alta-Costura. Onde, o peso do capital comanda os custos globais, operados por um conjunto de agentes e instituições que são continuamente consultados, para a obtenção do êxito que os críticos lhes conferem. Êxito este que praticamente anula o artista, sobrepondo-se-lhe a ele. Deste modo, confunde-se a atividade com a Arte, pelo único intento – Obtenção do êxito, e renega-se pura e simplesmente o artista.

O habitus do criador e a posição que ele ocupa no campo, isto é, a função que lhe foi objetivamente atribuída, embora ele a tenha objetivamente produzido. (...) relaciona-se não com o intuito de romper com o campo, o criador de vanguarda quer preservar a alta-costura, mas distinguir-se da tradição, como a nova burguesia. (Bourdieu & Delsaut, 2002, pp.174 e 177).

Bourdieu, na sua análise no contexto da Moda, considera o capital simbólico o que se expressa pela *griffe*, que legitima o estilista ou criador. Ao criador, é conferida a legitimação pelos agentes comprometidos no campo. A considerar estes agentes, os media pelos jornalistas, editores, e críticos. São os agentes quem possuem o poder de consagrar o artista, que por sua vez, deverá vigiar o "habitus" que legitimou a sua adesão ao campo, à semelhança das restantes artes.

O campo que produz a Alta - Costura, é para Bourdieu, o campo onde os dominantes detêm o maior poder, e se competem entre si, pela aquisição dos objetos raros, onde a *griffe* tem o preço mais elevado. Disputam-se os lugares, entre os já existentes, para que prevaleçam e.g. - estilistas consagrados que se propõem manter o lucro do capital simbólico que acumularam progressivamente (à semelhança dos criadores de renome), por sua vez, existem os novos criadores, que chegam com estratégias revolucionárias (novos conceitos) nos meios de produção, com o propósito

de apreciação de novos produtos, que visam de igual modo, a desvalorização do capital detido pelos dominantes, facto que obriga os dominantes a uma vigilância contínua de atualização do seu capital simbólico.

A questão abordada por Bourdieu é continuamente verificável, a disputa no campo de lugares entre artistas. Do mesmo modo que a realidade comercial do vestuário, está ainda dependente de quem legitima o quê. Com algumas pequenas diferenças na era da tecnologia, operada pelas redes sociais, que divulgam velozmente a informação, e a legitimam.

O vestuário tem sido ao longo das épocas um meio simbólico de transmitir poder, e de estratificação social, estendendo-se às maiores desigualdades sociais, a (re) lembrar as abordagens de Bourdieu, desde o vestuário feminino, que condicionava os movimentos da mulher e libertava os do homem, a demarcar as classes sociais e o género. O vestuário é por isso, uma força de poder simbólico, se para quem o usa, não menos para quem lhe faz a leitura.

Como nas restantes áreas, a Sociologia, ou os sociólogos, vão procedendo a análises sociais, face aos emergentes recursos para salvaguarda do planeta, como do "fracasso" da ciência, e do insucesso da "verdade absoluta", promovida pela exatidão e previsibilidade científica.

"Já Comte vejam só, positivista, a uma dada altura e após se apaixonar, apela ao sentimento e à crença - à medida que a sua obra se desenvolve, o seu pensamento progride, aproxima-se da religião" (Rabot,2014).

Pode-se constatar no excerto supracitado, que há como que um retorno ao religioso e romântico em Comte, o que prevê questionar até que ponto e de que modo a ciência dá resposta às necessidades humanas.

As relações que o homem tem com o seu ambiente em geral têm um desenvolvimento que progressivamente o distancia de quem lhe está próximo e o aproxima de quem lhe está mais distante (Simmel,1992, p. 664).

Como se pode observar, na afirmação de Simmel, há já uma atenção voltada para o modo como a sociedade vive na era da modernidade, face ao uso das tecnologias, e o modo como se vive em comunidade, com um afastamento contínuo dos laços próximos. Siemmel, considera que a mentalidade e o estilo adotado pela sociedade moderna é

permissivo à alienação pela economia monetária de um mundo humano despersonalizado que propicia o abandono do indivíduo, e por isso mecanizado. E, constata-se que Siemmel é já, um sociólogo crítico com reflexões que se inserem na real atualidade.

(...) A educação é o processo de tirar a criança da barbárie e inseri-la na civilização. E que isso funcionou bem para a modernidade. Mas não mais. Na avaliação do sociólogo, a história do mundo não é linear ou progressista – Maffesoli critica a ideia de que a humanidade saiu de um ponto de barbárie para um ponto de progresso. (Maffesoli, 2016, Entrevista)

Como se pode identificar, o sociólogo francês, ecosófico, crê que a humanidade saiu da época da cruel, para a época dos afetos. Como bem se diz – " Uma sociedade só se reconstrói, após se destruir por dentro". Como diz ainda o sociólogo, estamos na época de tirar a criança da crueldade inseri-la na civilização, o que resultou na modernidade, já não resulta na atualidade. Neste ponto de vista, o sociólogo crê – Num mundo novo, reconstruído, visto que a história do mundo, segundo o autor, não é linear nem progressista.

A etimologia da palavra, época significa, em grego, parênteses, que se abre e fecha. Estamos fechando o parêntese da época moderna e abrindo a pós-modernidade – explica: – Quando há mudanças de época, existe um processo de saturação. A saturação é um conceito proposto por um sociólogo americano que usa o exemplo da saturação química. Ele mostra que em certo ponto as moléculas que formam um corpo não podem mais ficar juntas. Existe, então, uma destruição desse corpo e, ao mesmo tempo, essas mesmas moléculas vão entrar em outro corpo, uma recomposição. O fim de um mundo não é o fim do mundo. (Maffesoli,2015,Entrevista)

Pelo que diz o sociólogo - a mudança de época prevê uma anterior saturação, neste pressuposto, acredite-se que a Sociologia está atenta à mudança comportamental, de responsabilidade social, e sim, ao mudarem e reeducarem-se comportamentos, a humanidade vigiará o planeta, com o amor e os afetos que lhe correspondem, pela via da reeducação social assente num saber juvenil. Um regresso às origens, ao natural, ao ventre. Ao ventre, às origens, para que daí, renasça um novo ser.

1.4 - O sentir no Vestuário, um símbolo de Arte e Comunicação

"A Arte e Comunicação - dois conceitos inseparáveis"

"No palco, a roupa é a minha nudez"

(Dunn,2007)

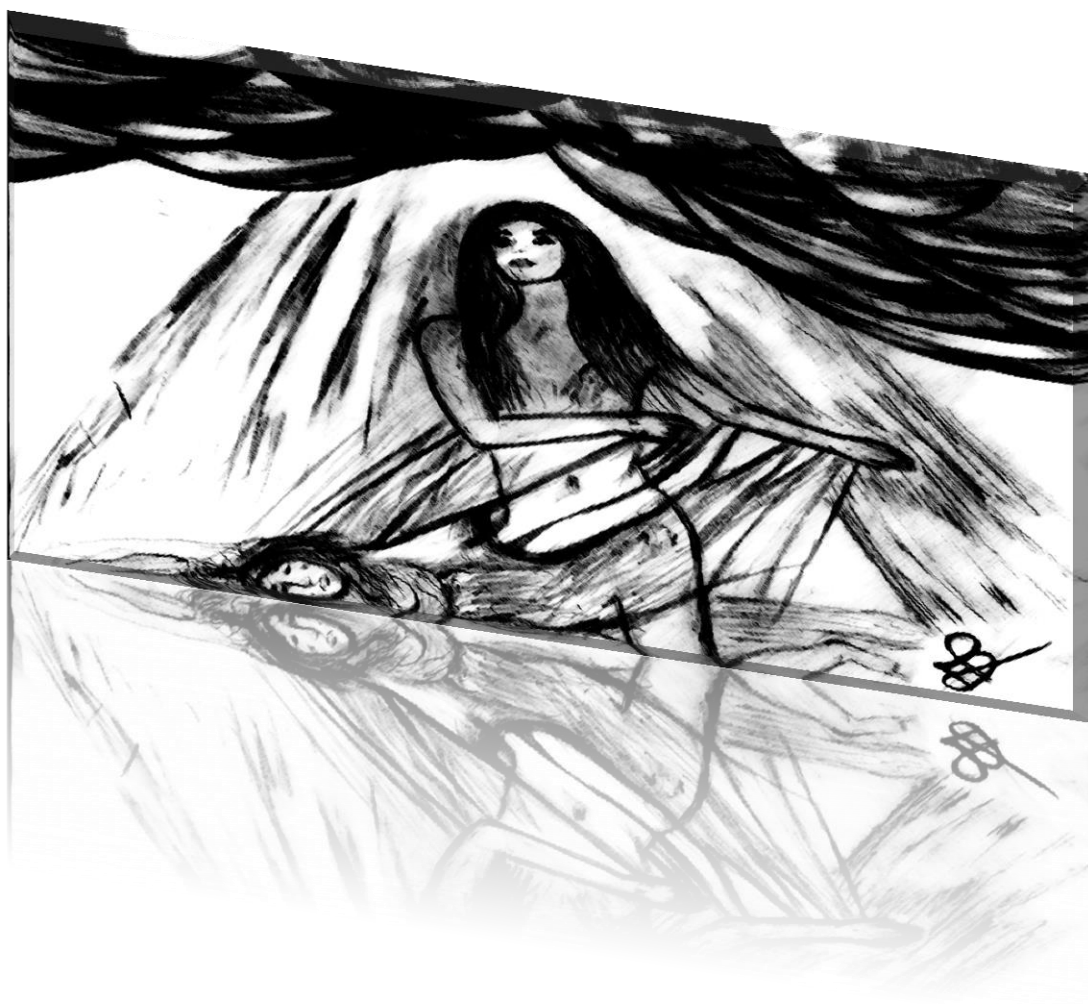


Imagem 4 - desenho da autora

"No palco a minha roupa faz parte do espetáculo" (Gil, Apud Dunn, 2007, p.173). Visa-se identificar a representatividade do vestuário como processo de identificação de quem o veste.

Dizer adeus ao corpo não é dizer que o corpo desapareceu, mas que provavelmente está a mudar de casa ou de figura. (Mourão, p.82).

O excerto, supracitado, identifica a necessidade humana de dar corpo ao imaginário, como que de algum modo, preencha "o oco" ou vazio, entre a resposta e não resposta, são questões do foro do invisível, que são imortalizadas no palpável, ou encarnadas para se imortalizarem no desconhecido que perpetua.

Pela experiência na qualidade de participante no mundo do teatro tornou-se clarificante evoca-lo, por se considerar que não há contexto que melhor explicita o peso simbólico que o vestuário possui. Como se propõe retratar pela imagem, quer pela citação, de facto, o ator sobe a palco e sente na pele, a perda de identidade, e até mesmo da personalidade, no momento em que encarna o personagem. Contudo, deve repensar-se como o indivíduo na qualidade de ator, encarna um certo perfil de personagem e não outro, questão pela qual se identifica grosso modo, os artistas serem propensos a papéis similares entre eles, face à sua personalidade.

O que permitirá questionar sobre este processo de libertação entre "o imaginário e a carne" se se opera com esta facilidade, entre o ator e o papel. (Idem, p. 84) "A imaginação depende, pois, essencialmente do corpo. A fantasia é uma potência orgânica" (ibidem).

Entre um imaginário concebido, e um corpo que o transporta, ou identifica, confrontamo-nos com um imaginário encarnado. Essa é a verdadeira razão pela qual se procedeu na ilustração acima, a um efeito de sombra. Sombra que se considera a portadora do "nós", nós vivência carregada de símbolos, de vazios inexplicáveis.

O vestuário do ator possui um poder sobre o papel que desempenha incalculável - não se pense que o roupeiro de teatro possui efeitos apenas sobre o público - o vestuário permite com que o ator encarne o personagem com maior ou menor facilidade, é como - uma máscara encarnada, remete-nos para outra época, para outro espaço, classe social, entre outras realidades, transporta-nos no tempo e espaço. E o ator deixa de ser quem é, para "vestir" o personagem, pela via do imaginário.

Na verdade, deverá distinguir-se o peso do roupeiro do teatro, face ao do cinema - convém salientar que no teatro o desempenho artístico apresenta-se ao público na pessoa do ator, e do que veste, em (direto), pelo contrário, no cinema há um equipamento em permanência que controla a cena do espetáculo. Razão pela qual, o roupeiro do teatro possui uma forte representatividade para o público, e não menos para o ator.

Há circunstâncias em que os atores, só com o auxílio do roupeiro, conseguem na plenitude encarnar o personagem.

(...) O que as palavras se encarregam de traduzir aqui, não é qualquer coleção de objetos reais, são traços do vestuário já constituídos (pelo menos idealmente) em sistema de significação. (Barthes, 1967, p.10/11)

Como referencia Barthes, no supracitado, o objeto constitui um verdadeiro código – símbolo, um código do qual se procede à leitura, de símbolos previamente construídos, como que por um ideal, lhes é conferida significação. Esta significação é por si mesmo um conjunto de signos. Definam-se as respetivas leituras, se a linguista é a ciência dos signos verbais, a semiologia é a ciência dos objetos. (idem)

Não obstante, numa sociedade em mudança, e após a democratização, no que concerne à estratificação e hierarquias sociais, demarcadas pelas vestes, há símbolos que transportam consigo eternas mensagens. Dos trajes tradicionais, à toga do juiz, às vestes talares universitárias - com origem nos trajes sacerdotais da antiga Roma. São símbolo de poder, dão representatividade e identidade a quem as veste, constroem na sua maioria quem com elas se confrontar. Estar face a um indivíduo trajado/fardado, seja qual for a missão, não confere ao "outro" o sentimento de liberdade ou sentimento igualitário, possuem a função inibidora – constrange.

Barthes vê o vestuário/objeto pela sua finalidade – com que foi concebido, pelo que refere que o vestuário comporta sempre um elemento sinalético – comporta símbolos e signos.

Poderíamos ser tentados a opor o vestuário puramente funcional (a ganga azul de trabalho) ao vestuário de Moda puramente sinalético, mesmo quando os seus signos se escondem por trás das funções (...) o vestuário real comporta sempre um elemento sinalético, na medida em que qualquer função é, pelo menos, signo de si próprio, a ganga azul de trabalho serve para trabalhar, mas também ostenta o trabalho. (Barthes,1967,p.12)

Diz-nos Roland Barthes, o vestuário, faz-se acompanhar sempre de um elemento sinalético – signo de si mesmo, refere a título de e.g. a ganga, que comporta na sua origem o conceito de trabalho, entretanto pelo seu emprego no lazer depois da década de 60, a ganga é também associada ao não trabalho, o que fará refletir, o processo como o vestuário transporta signos de associação à sua utilização, o referido, reforça o pressuposto de que, quantas mais forem as vivências de uma peça de vestuário, mais símbolos ele passa a transmitir.

A prova clarificada de que o vestuário altera a imagem face a quem a veste, evidencia-se aquando o emprego de roupeiro de figurinista de um ator. O autor liberta-se da pessoa que é, pelo vestuário que passa a vestir, mesmo que não profira qualquer palavra. O vestuário é por isso um forte símbolo e ou signo no seio de comunicação.

Apesar de as novas tecnologias de comunicação terem provocado uma representativa alteração das características do mercado no que concerne ao espaço, promoveram de igual modo, a necessidade de diferenciação social, numa identidade de marca que pode ir além desta, até à identidade pessoal. Estas identidades propõem-se à procura de vestuário na Moda num contexto bilateral entre o consumidor e o mercado, pelo sentimento de único, no mundo tão amplo – onde a personalização poderá dar resposta.

Ou, no momento em os "trajes transformam-se em figurinos", no bailado *La Délivrance de Renaud* (1619), criado por Jacques Patin e *La Nuit* (1653) de Jean Berain, onde reside a preocupação primeira de construir uma personagem que "fale" sobre o papel que o personagem representa no ballet, os estilos de moda dos figurinos

terá sido mantido, as mangas franzidas, o gibão com abas, o calção, com menor volume no Séc.XVII, apresenta-se em palco com menor volume, para permitir os movimentos do bailarino. A aba de gibão foi transformada em saia, entre outros. Nessa época, já se subentende a adaptação do traje de casual - no pressuposto de dar ênfase à performance do bailarino (Trajes de Cena, p.43).

Os bailarinos, já nesta época, trajam com a roupa do quotidiano, adaptada em certos pormenores para identificarem os personagens, e assim, melhor se movimentarem. (Ibidem)

Nestas circunstâncias, os bailarinos não encarnaram o vestuário para serem os personagens, mas pelo contrário, dão vida ao vestuário adaptado, transformando-se em modelos de referência. Pelo que, se possa subentender que o artista pode ser um símbolo de referência na comunicação e na área da Moda e vestuário, por via do contágio de passagem de imagem.

Poder-se-á inferir que a Moda no contexto do Vestuário é na sua essência, um processo semiótico. Barthes, na crítica literária e cultural, empregou o conceito de semiótica conotativa, como meio de revelar as mais diversas significações ocultas em textos - "o mito é sempre uma linguagem roubada" (Barthes, 1993,p.131). No estudo "Mitologias", definiu tais sistemas de significações secundárias como mitos.

Os meios de comunicação de massa criam mitologias e ideologias, como sistemas conotativos, a nível conotativo, escondem significações secundárias e ideológicas, no denotativo, expressam significações primárias, e por isso, naturais. Questão que poderá reportar-nos para o peso da forte conotação de uma imagem, face ao peso das palavras. Para Pierce, é um significado que aparece como resultado de um acordo interpretativo, dos intérpretes do signo. Barthes tem uma nova abordagem de semiótica, ou uma nova mitologia, não será possível separar de modo tão simples, o significante do significado, como o ideológico do fraseológico.

A teoria semiótica permite-nos penetrar no processo interno das mensagens, fornecendo-nos a possibilidade de proceder a uma maior apreensão entre o emprego das palavras e das imagens, percebemos por isso, uma melhor relação entre elas - Interpreta-se com mais clareza, as reais mensagens.

A imagem é na moda, a unidade de todo o conjunto, onde se percebe tudo o que referencia essa mesma imagem. Da cor, do opaco ao brilho, a textura, tudo são componentes de relevância no setor da Moda. As cores possuem neste setor, um forte

poder, de frias a quentes, neutras, a carregadas ou ténues pastéis, ao branco, ou incolor, que nos remetem para a inexistência de cor.

As linhas ou traços, não são menos eficazes, transmitem-nos movimento, leveza, profundidade ou relevo, linhas imaginárias ou não, dão textura ao tecido, permitem por isso, ao interpretante, proceder a longas viagens no mundo dos padrões da moda, formam deste modo, a distinção entre um e outro padrão.

As imagens visam produzir sensações, ora visuais, ora táteis, ou ainda olfativas, "o cheiro a roupa nova". Há uma forte relação entre a imagem e a mensagem, por e.g. - o poder das cores, ainda que se tentem expressar por palavras, estas não contêm o impacto que a cor surte no indivíduo, pela visão. No entanto as palavras complementam a imagem, permitem organizar a mensagem. Criam-se deste modo, os padrões culturais, conotações de uma época, razão pela qual, nem todos os significados simbólicos, permitem atualização.

Os interpretantes em contacto com a vida, são avassalados pelos efeitos que os signos produzem no seu quotidiano, de carácter tão enigmático, quanto a vida. Daí resulta, o poder da Moda face ao seu consumo, uma imagem forte, ou com forte legitimação, imortaliza-se no mercado. A título de e.g. a referir a intemporalidade de alguns clássicos, como Chanel, Dior, entre outros.

Em suma, refere Barthes " o signo é, composto por um significante e por um significado", no plano dos significantes reside a expressão, no plano dos significados o conteúdo (Barthes, 1993,p.43).

O vestuário tem constituído ao longo dos séculos, um forte poder simbólico para além de agasalho. O vestuário comporta sentimentos, personalidade, vivências, modos de estar, conforto, desconforto, entre tantos outros sentires.

Diz-nos Barthes que há três tipos de vestuário:

O vestuário – real - o vestuário-imagem - vestuário-escrito, vejamos,

Abro uma revista de Moda, reparo que se trata aqui de dois tipos de vestuário diferentes. O primeiro é o que se me apresenta fotografado ou desenhado, é um vestuário, mais escrito, transformado em linguagem; este vestido, fotografado à direita, aparece à esquerda como cinto de couro um pouco acima da cintura, a que uma rosa dá um toque de festa, sobre vestido leve, de shetland;⁶ este vestuário é um vestuário escrito. (Barthes, 1967, p. 15)

Este vestuário é um vestuário escrito na medida em que se nos afigura de modos diferentes, numa mesma realidade, o vestido não é o mesmo, estruturalmente tem diferentes leituras e diferentes materiais, a estrutura plástica do "vestuário-imagem" e estrutura plástica do "vestuário-escrito". Os materiais de que é concebido pertencem à estrutura plástica, a leitura escrita, é verbal.

No que concerne ao vestuário-real, não pode ficar pelo "âmbito da língua" - pode definir-se pela ação da sua confecção. Independentemente de quem a veste o estiliza, ou não. Traduz-se deste modo, pela "matéria" em si, nunca pelas suas significações (Barthes, 1967, pp.16/17).

Conclui-se por isso, e segundo Barthes, que o mesmo objeto ou peça de vestuário possui três estruturas diferentes. A tecnológica (depende do modo de fabrico), digamos que representa a estrutura de "língua-mãe". A icónica, e a verbal, também línguas mas dependentes dos códigos de leitura a que são submetidas.

Como se pode observar no excerto supracitado, aquando de leituras técnicas no vestuário - refere o emprego da expressão "*Shetland*"⁶, naturalmente, terá uma leitura diferente, da observada por não especialistas na matéria, que se limitariam a identificar o vestido, pela cor, modelo, entre outros, sem que identificassem a textura do material empregue.

6) Shetland – tecido de pura lã fina

1.5 - A MODA PERSONALIZADA, NA ESFERA DA ALTA-COSTURA

A Alta-Costura que desde sempre procurou a diferença da produção em massa, pela personalização, à semelhança das práticas *Slow Fashion*, prima pela qualidade de materiais duradouros. Com a revolução do mercado da moda, a alta-costura passou a ser inacessível à maioria. Desde os anos 80, do século findo, sofreram--se fortes alterações neste setor, os *ateliers* dos costureiros foram tomados por grupos económicos, que nada se debruçavam sobre a moda, mas no negócio rentável (Gama, 2012 Apud Agins, 2010).

A evolução da Moda no vestuário decorreu deste modo - Alta-costura, Pronto-vestir e *Fast-Fashion* – *Slow Fashion*. A Alta-costura, nome oriundo do francês *couture* (coser em francês), tem mais de um século e é caracterizada por peças únicas, ou em pequeno número, podendo-se repetir um modelo em conformidade com o consumidor. Os processos de fabrico são de natureza artesanal, com a conotação de símbolo de luxo. Deve-se salientar que a Alta-costura promove o talento do criador, ao nível de um artista, visto que cria estilos e os personaliza. Só pela via da arte dos costureiros se concebem estilos próprios, símbolo da sensibilidade do criador e criatividade, evidenciados por pormenores que as máquinas homogeneizam.

Com a revolução industrial, o mercado do vestuário passa a oferecer marcas criadas por *designers* contratados, produtos de valor acrescentado pela moda e pela estética, a preço acessível, mas produzidos em grande quantidade, e prontos a usar. O *Prête-à-porter* - Pronto - a - vestir tornou-se o símbolo *Fashion*, oscilam nos estilos e gostos, variam em conformidade com o preço, podem por isso, apresentar originalidade, face ao trabalho do *designer*, como pelo emprego de materiais, ou pormenores. Como pode de igual modo, ser uma linha de modelos copiados. É deste modo, que acontece a oscilação no preço, e na oferta, com lançamentos novos em cada estação.

A *Slow Fashion* produz em série, mas atenta a homogeneização o que se pretende defender, é a *Slow Fashion* no conceito Alta-Costura, ou Semi- Alta- Costura, onde se pode recorrer à máquina, no momento em que não justifique a costura artesanal, mas os pormenores que distinguem o vestuário personalizado, serem efetuados de modo

artesanal, e por isso, únicos. Nesta perspectiva, apela-se ao vestuário personalizado de mãos dadas com o artesanato. Com o emprego de desperdício para minimizar os custos. A personalização passará a ser um meio de combate ao consumo compulsivo de excessos supérfluos.

Considerada a maior causa de poluição no vestuário o excesso de produção, quer-se crer que será um modo de a impedir por esta via. Para o efeito, restará remeter para as origens, da modista ao alfaiate.

A arte da alfaiataria- o ofício de cortar e coser o tecido- começou a desenvolver-se lentamente na Europa entre os séculos XII e XIV. Não há um consenso entre os historiadores para o momento em que se dá início ao fenómeno da moda. Mary Stella Newton, na sua obra – Fashion in de Age of de Black Prince, 1980, afirma que surgiu na história ocidental, por volta de 1340, quando houve inovações importantes na forma das roupas, momento em que se inicia a distinção entre roupas femininas e masculinas. (Camargo, 2015, p.36)

Como se constata no excerto supracitado, a Moda ou arte personalizada, é na raiz - prática secular. Se na atualidade é tida como luxo, outrora era o modo comum de obter o vestuário, como recurso quase único de distinção de quem o vestia, como de poupança. Adquiria-se em menor número, mas de modo autêntico. Na realidade, e apesar de menos solicitados, o alfaiate e a modista, nunca deixaram de existir, até à atualidade, são substituídos por *designers*, que vão aprendendo costura, conforme as necessidades de responder ao mercado personalizado.

Por sua vez, o consumidor "autor", de passivo, torna-se protagonista, decide o que veste, rejeita a vulgaridade, em prol da criatividade. Da Alta-Costura às marcas, as segundas tornam-se no tema, não somente da atualidade, mas estritamente relacionado com "a sociedade de consumo", desde a transição do século XIX para o século XX, sendo que o seu apogeu decorre do século XX para o início do século XXI.

"Hoje, falar de marcas, é falar de seduções, de afetos, de emoções. É falar de portos de abrigo, de utopias. Uma experiência individual, afetiva e sensitiva que nos liga reciprocamente. As marcas surgem-nos como derradeiros refúgios oníricos de liberdade. A aquisição das nossas marcas de eleição “confronta-nos com coisas tão impalpáveis como o desejo, a crença e a emoção” (Gama, 2005, p. 54Apud Martins).

As marcas funcionam deste modo, como que uma compensação identitária para o indivíduo - uma capa de identidade e compensação, transformam e realizam sonhos ainda que fictícios.

De certo modo, as marcas funcionam para os indivíduos como meio de dar ser à sua existência, na aparência de que - a existência humana reside no dizer e não no ser. E, as marcas ganham vida, personalizadas pelo seu utilizador, "destilam sex-appeal, na intangibilidade materializada na fantasia, sonho e emoção" (ibidem).

As marcas adquirem o papel de "ícones da existência humana", visto que encantam, mobilizam, exercem força sobre o indivíduo.

Neste pressuposto, o da procura de Marca, pensa-se uma marca associada à *Slow Fashion*, que vise a distinção das peças pelo emprego de desperdício, e que por si só, torna as peças desiguais e menos homogeneizadas, como processo de reconhecimento do público, pela exclusividade e de igual modo, mudança comportamental face à política de sustentabilidade ambiental.

CAPÍTULO II - DA PROFISSÃO À INTERVENÇÃO

2.1 - Casos da contemporaneidade que propiciam as intervenções

2.1.1 - Na cidade de Guimarães, eis que surge

CAPITAL EUROPEIA DA CULTURA 2012

A marca, com 26 variações distintas, é baseada nas muralhas da cidade e explora a ideia de diversidade cultural, valorização individual e abertura à multiplicidade de visões pessoais. O símbolo desenvolvido «agrega alegoricamente a muralha em representação do Património da Humanidade presente em Guimarães, o desenho da viseira de um elmo que presta homenagem à visão de D. Afonso Henriques, a proeminente figura da fundação de Portugal e é rematado sob a forma de um coração, em evocação plena do orgulho e sentimento vivo de pertença dos vimeiraneses em relação à sua cidade», explica João Campos. (Guimarães Turismo)



Imagem-5--marca-guimaraes-2012-capital-europeia-da-cultura-criada-antigo-aluno-da-universidade-aveiro

Ainda que simbolicamente o coração/marca a Capital da Cultura 2012, seja baseada na muralha da cidade, com vinte e seis variações, a explorar a ideia de diversidade cultural. O artesanato surge com força, mas a maioria dos Vimeiraneses, pensam o símbolo como sendo o coração dos bordados de Guimarães.

O bordado de Guimarães transformou-se na maior fonte de inspiração para todas as artes. Dos lenços dos namorados, às peças tradicionais da cidade, aos têxteis lar e joalheria. (<http://guimaraes2012.blogs.sapo.pt/>)



Imagem 6/7/8 Camisola - Convite com bordados de Guimarães Imagem 8 – joias fotografadas pelo autor. (pinterest)

À semelhança das peças artesanais com os respetivos bordados, criou-se de igual modo na joalharia peças efetuadas à mão, como - quem as borda, diferentes motivos, dos bordados de Guimarães. Com a inspiração simbólica nos lenços dos namorados, também estes passam a mensagem. Deste modo, cultura e a tradição transformam-se em fonte de inspiração.

Capital Europeia da Cultura 2012 – Projeto Remendos - Lee

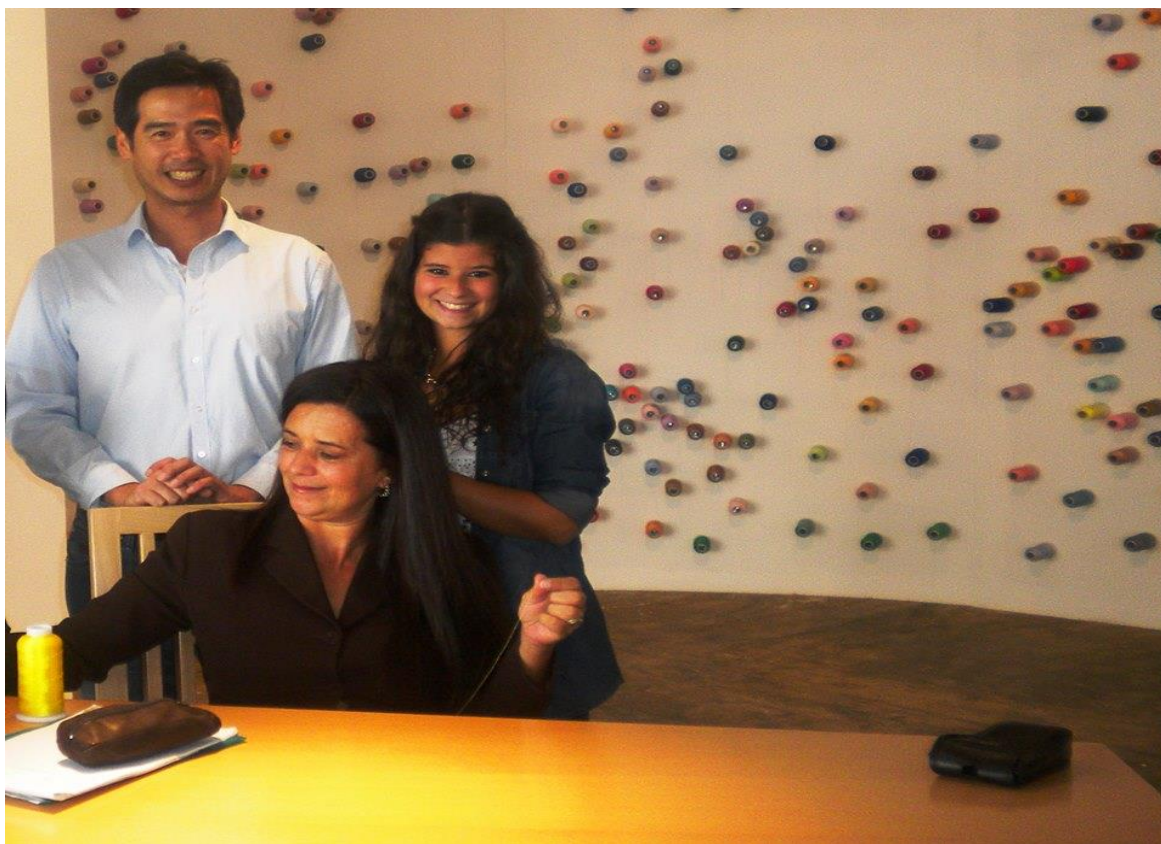


Imagem 9 - Foto da autora - Lee Mingwei, com a autora e a filha para auxiliar na forte afluência pública não prevista no dia da Inauguração - loja no Toural em Guimarães – outubro 2012.

O projeto Remendos de Lee Mingwei - convidado para a Capital Europeia da Cultura, 2012, teve como pressuposto transformar roupa estragada, da qual se possuía afetos - de modo artístico em - arte colorida. Procedeu-se à divulgação do projeto na cidade de Guimarães, onde competia aos cidadãos entregarem uma peça de vestuário ou acessório, que por algum motivo se havia estragado, e por isso se iria "remendar"-bordar manualmente - recuperar a respetiva peça.

A narrativa que acompanhou o projeto de Lee Mingwei retratava a alegria do artista aquando a queda das torres gémeas, ao ter a notícia que sua esposa havia escapado ao trágico acidente. Daí ter iniciado o processo de efetuar bordados coloridos, como via de compensação entre - o desagradável e o maravilhoso.

Este projeto teve como objetivo - as peças serem bordadas pelas bordadeiras de Guimarães. Inscrita no projeto Remendos – o tema era convidativo aos desafios profissionais a que me propunha.

Na ausência de um profissional competente para a abertura do projeto, foi solicitada a minha presença para passar o conceito à comitiva artística e ao público nos dias de abertura. E dar continuidade à organização do mesmo.

Capital Europeia da Cultura 2012 – Projeto Remendos de LEE MINGWEI

Divulgação

A Capital Europeia da Cultura Guimarães 2012 desafia a população a entregar uma peça de roupa que necessite de uma “pequena intervenção” nas mãos do artista Lee Mingwei ao abrigo do projeto “Reakt - Olhares e Processos”. Esta é uma iniciativa com curadoria de Gabriela Vaz Pinheiro, inserida na programação de Arte e Arquitetura de Guimarães 2012”.

O objetivo informa a organização, “é produzir um encontro de diferentes abordagens artísticas” convidando os artistas a “partilhar o processo criativo com a comunidade”. O desafio lançado à população propõe a entrega de peças de roupa a necessitar de conserto para que estas sejam alvo de uma “pequena intervenção” por Lee Mingwei.

Com o projeto Reakt, Guimarães 2012 pretende “produzir um encontro de diferentes abordagens artísticas sobre conceitos de contexto, transferência de significado e as possibilidades de posicionar a prática artística no mundo contemporâneo”. Para isso, Gabriela Vaz Pinheiro propôs a artistas que partilhem o processo criativo com o público “nos diferentes momentos e fases de desenvolvimento dos seus projetos”.

Nesta iniciativa em concreto caberá ao artista tailandês, sediado nos Estados Unidos, que cria “instalações participativas” construindo “cenários abertos de interação quotidiana”. O trabalho de Mingwei, estará exposto em Guimarães de 20 de Outubro a 15 de Dezembro, em vários locais e na Fábrica ASA. As peças de roupa podem ser entregues no Centro Cultural Vila Flor a partir de dia 21 e serão-restituídas-até1-de-dezembro.

(<http://guimaraes2012.blogs.sapo.pt/>)

2016 – Inaugura-se a Casa Da Memória em Guimarães

A Casa da Memória é um centro de interpretação e conhecimento que expõe, interpreta, reflete e comunica testemunhos materiais e imateriais que contribuam para um melhor

conhecimento da cultura, território e história de Guimarães e das suas pessoas. Um lugar de encontro da comunidade com o exterior e da comunidade consigo própria, que propõe uma visão múltipla, diversa e não linear do passado, presente e futuro de Guimarães. Vemos o comum, o significativo, o especial, que compõe o identitário, levando-nos a conhecer, imaginar e a reconstruir memórias, ao trazer para o presente os passados reais ou imaginados e os futuros-possíveis-ou-improváveis,-da-cidade-de-Guimarães.

<http://guimaraes2012.blogs.sapo.pt/>



Imagem 10 – Muralha central, cerco da cidade. **Imagem 11** - Exposição Casa da Memória- abril 2016.

Na Casa da Memória poderá encontrar histórias, documentos, factos e objetos que permitem conhecer diferentes aspetos da comunidade vimaranense através de um largo arco temporal: da Pré-História à Fundação da Nacionalidade, das Sociedades Rurais e Festividades à Industrialização do Vale do Ave e à Contemporaneidade. Através de uma leitura cronológica da História é ainda possível conhecer os marcos que modelaram a região de Guimarães e compreender a evolução das suas transformações sociais e geográficas. Mais do que uma visita contemplativa, a Casa da Memória oferece aos visitantes uma experiência. Muitas são as histórias e as memórias que Guimarães guarda, e que se guardam sobre Guimarães. Venha conhecer e mergulhar na essência da comunidade viva que identifica e distingue Guimarães. (Idem)

Na casa da Memória - Evoca-se o passado de um rei conquistador, da criação e fundação de Portugal, para a contemporaneidade, há uma evidência clara em remeter para as origens.

A 25 de abril de 2016 – Acontecem cruzamentos de dados Históricos, na Memória de um passado longínquo, para um passado mais próximo - Dia da Revolução de abril - transformação social no país.



Imagem 12/13 – Casa da Memória, Exterior. Imagem da Inauguração Casa da Memória 25.de-abril-2016.

Como se evidencia pelas imagens acima exibidas, há no presente, uma forte crença em remeter para o passado Histórico uma espécie de consubstanciar os factos na atualidade. Passa-se a informação de modo a que não pare "a banalidade" de mais um acontecimento, mas um acontecimento envolto em Memória e História, não de uma cidade apenas mas à imagem do país.

É uma realidade observável, a afluência turística a Guimarães a partir da Capital da Cultura 2012. Guimarães tornou-se num forte ponto turístico, mais relevante nos espaços abertos, contudo, os espaços fechados estão de igual modo num crescente número de visitantes. Deste modo, é perceptível o empenho em dar continuidade a todos os pontos culturais e históricos que evidenciam a Arte e ofícios desta cidade.

DESFILE DE MODA NO MERCADO MUNICIPAL, GUIMARÃES - 2016

Desfile "A Moda vai ao Mercado" a 18 de junho - no Mercado Municipal de Guimarães. Entrada livre. Organização da UMODA, formada por alunos de mestrado em Design e Comunicação-de-Moda-da-Uminho.



Imagem-14 - Com o intuito de projetar as coleções desenvolvidas ao longo do ano letivo pelos alunos da licenciatura de Design e Marketing de Moda da UMinho e contribuir para lançá-los no mercado de trabalho. Incluído no evento um "urban market".

Conceito

As coleções dos alunos finalistas de Design e Marketing de Moda foram inspiradas na Luz. Tendo sido 2015 o Ano Internacional da Luz da ONU, o tema sugerido visou convergir com esta iniciativa global, destacando a importância da luz e das tecnologias óticas na vida dos cidadãos, assim como no futuro e no desenvolvimento das sociedades de todo o mundo. Desta forma, pretendeu-se inspirar, educar e unir segundo princípios de consciencialização sobre a importância da luz, destacando-a pelo desenvolvimento sustentável que permite nas mais diversas áreas dos saberes.

PLATAFORMA DAS ARTES E DA CRIATIVIDADE, EM GUIMARÃES- 2017

Os estudantes de Design e Marketing de Moda da Universidade do Minho apresentam as suas coleções de final de curso num desfile agendado - Plataforma das Artes e da Criatividade, em Guimarães.



Imagem 15 - Inspirados no tema “Fantasia” - jovens criativos darão a conhecer as suas visões e aspirações em várias coleções, projetando-as para a comunidade artística e profissional.

O palco escolhido para o efeito é onde o mundo da fantasia e o ambiente urbano se cruzam e entrelaçam ao longo de uma história contada e interpretada através dos vários projetos”, explicam os futuros *designers*. A iniciativa resulta de uma sinergia entre os finalistas de Design e Marketing de Moda e os mestrandos de Design de Comunicação de Moda. “Este momento representa o culminar de um projeto que procura agregar os conhecimentos adquiridos ao longo do curso, proporcionando um primeiro contacto com o mundo empresarial, ao mesmo tempo que dá a oportunidade aos estudantes de comunicação de moda de promoverem um evento desta natureza”, acrescenta Joana Cunha, professora da Escola de Engenharia da UMinho. A licenciatura em Design e Marketing de Moda pretende formar *designers* especializados em produtos têxteis e de vestuário capazes de conceber produtos de alto valor acrescentado pela inovação e criatividade, corretamente orientados para segmentos ou nichos de mercado exigentes. (Cunha, Joana, 2017)

2.1.2 - EM VILA VERDE, BRAGA

" NAMORAR PORTUGAL "

Fazemos parte da terra do vento, das sementes e das pedras que rolam nos ribeiros. Somos o tear, a agulha e a linha com que bordamos Verde Minho. Somos a Aliança Artesanal. (loja.pt namorar Portugal)



Imagem -16 - Mascara feita em gesso e pasta de modelar - pintura acrílica

**Imagem -17 – Sapatilha de linho caseiro, bordada (Inspiração nos lenços dos namorados).
(inspiração nos lenços dos namorados)**



Imagem 18 - Carteiras bordadas com inspiração nos lenços dos namorados - Imagem 19- Sapato de noiva em linho.

2.1.3 - "Transportamos o Amor de Portugal"

A TAP que no dia 14 de Fevereiro de 2016, voou com a mensagem do Lenço dos Namorados, (únicos certificados no artesanato português) que passou a ser o ícone das "manifestações etnoculturais" de Vila Verde. Com origem nas práticas de namoro nas comunidades rurais, que se pretende levar "além-fronteiras", com o objetivo de se tornar na "imagem de marca". Vários foram os estilistas que colaboraram com a TAP, com a mensagem – " Transportamos o amor de Portugal".

O Lenço dos Namorados, com origem no Séc.XVIII, de peça senhoril, decorativa do vestuário da mulher, foi adotado pelas mulheres do povo, que o passaram a usar em versões mais populares e coloridas. Dita a lenda, que se aprendia quase "uma vida" a bordar por influência maternal, em linho fino, denunciavam erros ortográficos, bordados em linguagem oral, o lenço era portador da mensagem para o namorado. Se este o passasse a usar ao pescoço, no chapéu, ou no pau das caminhadas, havia aceitado o namoro. Se assim não fosse, havia sido devolvido, como de igual modo, se o namoro acabasse. (<http://www.cmjornal.pt/mais-cm/domingo/detalhe/lencos-voam-na-tap>)



Imagem 20/21 – 1º lenço histórico 2º- lenço tradicional namorados - 22/23 – TAP voa com lenços dos bordados de Guimarães no dia dos namorados - 2016. “Recurso local de extrema importância para o desenvolvimento social e económico de Vila Verde”. (Paula Isáias- Diretora da Aliança artesanal).

Os temas bordados, de foro sentimental, possuem símbolos de felicidade, amor e fidelidade, desde flores, brasões, corações, utensílios agrícolas, passarinhos, chaves, animais, cartas, um sem número de imagens relacionados com o namoro. Com as respectivas quadras populares portadoras da mensagem sentimental. (lenços voam-na-TAP)

São peças que transportam sentimentos, identidade cultural, como ainda o cunho emocional de cada bordadeira, no momento em que os concebe, não menos o cunho de quem os passará a título de mensagem. Transmitem cor, tradição, sentimentos – "É um produto que se destina a dar a alguém por quem se tem muita estima e que tem uma mensagem forte e extremamente importante", refere Paula Isaías. (idem)

São personalizados, visto que são concebidos tendo em vista o destinatário do lenço, como de igual modo, a mensagem que se pretende transmitir. Sendo artesanais, estes lenços carecem de tempo e vocação à arte, para serem realizados. Apesar disso, têm sido muito procurados, pelos diferentes pontos, e por isso, têm constituído uma fonte de trabalho para bordadeiras engenhosas, que se revelam com esta aptidão, numa época de crise revelada, apesar de que, quem se encontra desempregada, não se dê no ofício.

2.1.4 - Em Viana do Castelo

Em 2015, um costureiro do Porto, inspira-se no traje de Viana do Castelo e concebe um magnífico vestido de noiva com inspiração Vianense, bordado não com os tradicionais vidrilhos, mas com cristais Swarovski.



Imagens 24/25 – Vestido de Noiva criado por costureiro do Porto – Fernando Lima- com inspiração no bordado de Viana

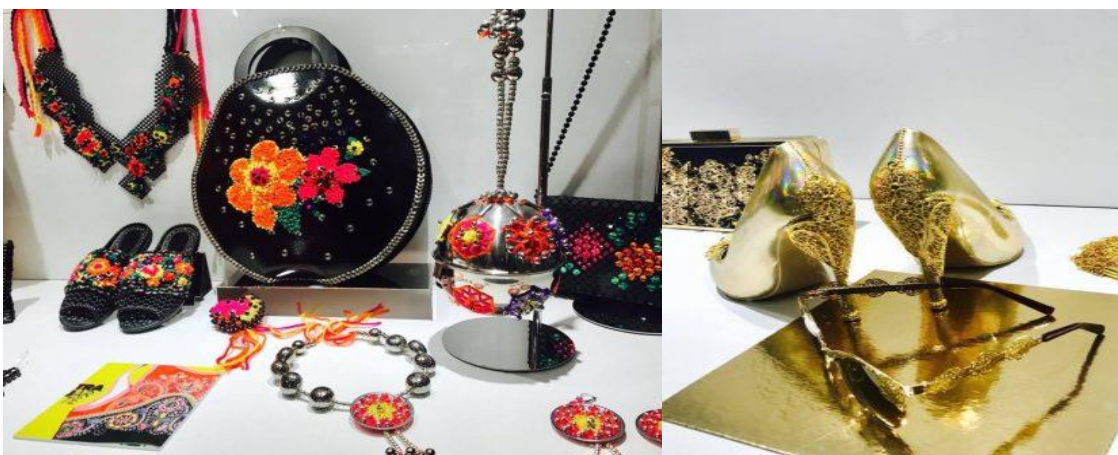
Um costureiro do Porto criou um vestido de noiva inspirado no traje de Viana do Castelo. No total, utilizou 70 mil cristais Swarovski e 50 metros de seda. Foram necessária cerca de 900 horas para realizar a peça, que está avaliada em 38 mil euros. A criação, que já esteve em exposição no Museu do Traje de Viana do Castelo, encontra-se atualmente no ateliê do costureiro portuense, que há 25 anos se dedica à confecção de vestidos de noiva e de noite. Fernando Lima adiantou que o vestido, apresentado publicamente durante a festa do traje da Romaria da Agonia, "ainda não está à venda", mas garantiu que "interessados não faltam. ([http:// www.lux.iol.pt](http://www.lux.iol.pt) , 2015)

Interessante constatar por observação empírica, de que modo, e a que modo, se cruza a tradição cultural com materiais contemporâneos. O vestido tradicional Vianense, é concebido na raiz, por um infundável número de missangas e minúsculos vidrilhos. Este vestido, ainda que com inspiração Vianense, são lhe substituídas as pedras de retrosaria pelos afamados - Cristais Swarovski, inscritos nas tendências do "brilho".

No vestuário da Alta-Costura - pode-se por isso, efetuar diferentes leituras desta criação - por um lado o remeter para um passado cultural, onde os bordados à mão eram

efetuados por pequenos vidrilhos e missangas, pelo outro - vincular-se na atualidade pelo emprego dos cristais. Neste caso particular, não se substitui a muita mão- de- obra da minúscula pedraria para minimizar o preço final, mas dá-se-lhe um toque contemporâneo, com pedras que subirão o preço, ainda que mais fáceis de pregar, visto serem maiores, ou ainda e também, para serem mais aceites pelos clientes da atualidade as - pedras estarem no *Fashion* das tendências.

Inspiração Vianense - Criação de Fernanda Vilas Boas



Imagens 26/27 - 2017

Fernanda Vilas Boas, artista plástica e professora de Artes Visuais, não resistiu ao fenómeno, que começou por ser apenas um apontamento no visual durante das festas de Viana do Castelo, mas que se transformou numa moda, que cresce a cada ano que passa.(<http://www.radiogeice.fernada.viana>)

Fernanda Vilas Boas criou, este ano, também a sua própria coleção de peças de vestuário, calçado e acessórios. Depois de nos últimos três anos, organizar exposições, sempre nesta época, com peças joalharia contemporânea, escultura e instalação, inspirados no Traje à Vianesa e no património tradicional de Viana, este ano, apostou também na moda.

E, diz a artista, apesar de nunca até agora ter comercializado as suas peças, “as solicitações têm sido tantas” que está a ponderar fazê-lo. A sua coleção pode ser apreciada na exposição “Trajarte” no Museu do Traje de Viana do Castelo.(<http://www.radiogeice.fernada.viana>)



Imagem 28/29/30 – Coleção criada por Fernanda Vilas Boas – 2017- Inspiração-bordados de Viana- (<http://www.radiogeice.fernada.viana>)

Há muito que jovens e menos jovens que utilizam brincos, lenços, camisas ou coletes dos trajes regionais, misturados com vestuário como gangas ou vestidos convencionais, para dar um ar de festa na Romaria d'Agonia, que se realiza em Agosto. Inspiradas nessa tendência, começaram a surgir todos os verões, nos últimos anos, várias coleções de moda, com estampagens ou aplicação de motivos alusivos ao trajar tradicional, que vendem para todo o mundo e, claro, por estes dias invadiram as ruas da cidade. (idem)

Por último, e após do desfile da Mordomia, na festa da Agonia

O presidente da Câmara de Viana do Castelo, José Maria Costa, anunciou esta sexta-feira que vai candidatar o Traje à Vianesa a Património Nacional, classificação que justificou com a "autenticidade, beleza e simbolismo" do primeiro traje certificado do país. O desfile da Mordomia, realizado esta sexta-feira, no segundo dia da Romaria da Agonia, representa o momento em que os diferentes trajes das freguesias de Viana do Castelo se encontram e mostram, de uma só vez à cidade. (Viana do Castelo trajes, 2017 – link)

Como se pode constatar pelas diversas imagens, a ação nos últimos anos no setor da Moda/Vestuário, tende a remeter para as origens. A pesquisa situou-se particularmente no norte de Portugal, com incidência no Minho, pela familiaridade geográfica na observação. Questão que propiciará uma reflexão aprofundada, sobre a ação a operar no setor do vestuário ou tendências da atualidade.

Verifica-se de igual modo, um encontro entre o passado e o presente, por diversas vias. Por um lado, ao remeter para as origens, pelo apelo à memória Histórica e Cultural, de igual modo, pelas práticas artesanais, dando-lhes ser dos mais diversos modos. Verifica-se do mesmo modo, o cruzamento entre o passado e o presente, para além dos conceitos selecionados pelos estudantes finalistas de Design e Marketing de Moda da Universidade do Minho na seleção dos espaços geográficos onde conceberam as passagens de final de curso. No ano de 2016, no mercado da cidade, (espaço aberto, onde se efetuam as feiras na atualidade). Em 2017, na Plataforma das Artes e Criatividade (antigo mercado da cidade) - atualmente ícone da Capital Europeia da Cultura 2012.

2.2 – DA ÁREA ACADÉMICA PARA AS INTERVENÇÕES PROFISSIONAIS

A área profissional de sempre - criação de vestuário personalizado, foi a primeira causa para ingressar na especialização em Comunicação, Arte e Cultura. Com conhecimento prático no setor do vestuário, sentiu-se necessidade de atualizar e aprofundar conhecimentos teóricos sobre a temática, face a novas realidades económico – sociais e, como não se pode dissociar a Comunicação da Arte, seria crucial adquirir conhecimentos de Comunicação, Arte e Cultura - imprescindíveis na atualidade.

Concluído o ciclo da Sociologia, com uma melhor perceção de como decorrem as mudanças sociais, com um conhecimento muito rudimentar, sentiu-se a necessidade de dar continuidade à trajetória académica no pressuposto de adquirir novos saberes que fundamentassem o saber prático, na área profissional. E assim, aplicá-lo à carreira profissional.

Por observação e conhecimento teórico, constata-se um mercado em mudança, com novos modos de estar e novas visões. Fortes oscilações na classe média alta ressentida com a crise que promove um declínio na atividade profissional, pela incapacidade de resposta económica ao mercado do vestuário personalizado. Para além desse fator, houve curiosidade em constatar quais seriam na verdade as - novas visões do mercado, em articulação com a área de Comunicação, da Arte, e Cultura.

No decorrer da especialização acadêmica, confrontada com novos conhecimentos e olhares, como já referido - "a linguagem em torno do vestuário" para Barthes - o símbolo para Pierce.

(...) O que as palavras se encarregam de traduzir aqui, não é qualquer coleção de objetos reais, são traços do vestuário já constituídos (pelo menos idealmente) em sistema de significação. (Barthes,1967, p.10/11)

Como referencia Barthes, no supra - citado, o objeto constitui um verdadeiro código, um código do qual se procede à leitura, visto que a linguística, é por si mesmo um conjunto de signos. Definam-se as respetivas leituras, se a linguista é a ciência dos signos verbais, a semiologia é a ciência dos objetos. (ibidem)

Não obstante, numa sociedade em mudança, e após a democratização, no que concerne à estratificação e hierarquias sociais, demarcadas pelas vestes, há símbolos que transportam consigo eternas mensagens símbolos de poder, no momento é que há desigualdade, há um exercício de força no setor do vestuário. E, não menos, símbolos de identidade, de personificação, como de um B.I. se tratassem.

A atualidade caracteriza-se por uma forte valorização dos hábitos culturais de outrora, afinal o artesanato coexiste com a humanidade, desde que os humanos habitam a terra. Conjuntamente, e no surgimento de novos artesãos, constata-se mudanças nas práticas de valorização do artesanato no âmbito da Arte. A Arte assume novos olhares e novas valorizações.

(...) Refletir sobre a comunicação artística, considerando a sua relevância social como um processo inovador e sustentável, e delineando o seu significado sociológico, em particular a sua interpretação através de uma Investigação Aberta. Para ilustrar esses objetivos, o artigo centra-se nos espaços culturais urbanos, como o museu, onde os eventos artísticos e as literacias correspondentes são ativados por profissionais da arte e pelos públicos, entre outros atores culturais centrais. (Andrade,2017; p.344)

Há por isso, uma nova visão da Arte, como da responsabilidade de quem a concebe, na História e no espaço. Da Arte *Folk* à Arte de Rua e *Urban Market*, novos

conceitos artísticos surgem com novas considerações - novos contextos por isso passam a comunicar, na Arte, e os discursos em torno dela, como não menos nos interesses do público. Ao identificar ideais e práticas profissionais, surge o conceito - *Slow Fashion*, novo, para mim, e para os abordados no setor da Moda e do pelouro do Desenvolvimento Económico - a curiosidade acentuou-se quase como por encantamento, surge um novo conceito que parece enquadrar as práticas profissionais de sempre.

De igual modo, a atualidade social tem novas visões e preocupações face à atualidade e qualidade de vida. A previsibilidade da ciência ao não fornecer resposta à qualidade de vida, instaurou o desencanto – o previsível causou imprevisibilidade e insegurança. A aceleração da vida económica promoveu novas preocupações emergentes, entre elas, a sustentabilidade ambiental.

Considerando as transformações atuais, sente-se um novo mercado, que aponta para a tradição, não menos, para novos conceitos de vida e modos de estar. Face às circunstâncias observáveis, e numa sondagem prévia do mercado económico, abriram-se portas para acreditar na emergência de dar continuidade ao vestuário personalizado, com uma nova visão – sustentabilidade ambiental - por todos os fatores apontados - dar ênfase às intervenções de sempre.

Num mercado que se crê - aguardar alternativas, prevê-se uma maior passagem da informação – que a exequibilidade do vestuário personalizado ganhe a força de outrora – do Alfaiate à Costureira – do saber fazer ao duradouro. Área estritamente relacionada com o Artesanato - que prevê a não homogeneização da tecnologia, e valoriza o saber fazer de quem para isso possui engenho.

Não é possível estabelecer uma rutura entre o conhecimento prático e o teórico - complementam-se, precede-se por isso a uma breve retrospectiva das últimas atividades profissionais e culturais, das quais se possui registo – e se considera serem experiências que conduzem ao conceito *Slow Fashion* - personalizar, reaproveitar, recuperar, reutilizar acessórios têxteis.

Acredita-se piamente que se cria um círculo de ação que - prevê identificar o conceito de *Slow Fashion*, senão em todo o seu âmbito, pelo menos em parte dele, pela capacidade de responder em diferentes pontos, e impedir a formação de lixo, ou de consumo supérfluo.

Assente nesta crença, o exercício da personalização e ou recuperação, com emprego de desperdício constitui uma ação de *Slow Fashion*, efetua-se uma retrospectiva

de vida, por se considerar que este conceito desde sempre esteve presente, nas intervenções profissionais pelas técnicas que se empregam.

2.2.1 - RETROSPETIVA DA VIDA PROFISSIONAL

- Desde muito jovem - por indução familiar, com pais comerciantes e empresários, na residência, houve contacto direto com o público a título comercial, e com o vestuário.
- De 1987 a 1993 - exercício de administrativa nas Indústrias Têxteis Somelos, Ronfe, Guimarães.
- Em 1993 - iniciou-se a atividade de comercialização de vestuário/senhora como representante de marcas consagradas no mercado de Guimarães.
- De 1999 - até ao presente, sentiu-se a necessidade de personalizar vestuário, para combater as marcas internacionais que entravam mercado dentro, com ofertas e preços incombatíveis. Desde então, procedeu-se à personalização de vestuário, pela criação de peças, atualização/recuperação, como modo de atentar um mercado homogeneizado neste setor.
- Desde 2003 – com o acentuar da crise económica, na sequência de pertencer à associação de pais, sentiu-se a necessidade de iniciar a atividade como *freelancer* - responsável de roupeiro de teatro, no colégio do Sagrado Coração de Maria, em Guimarães – Vila Pouca. Colégio particular - obra social, careceu da comparticipação da Segurança Social que possuía até então. Dá-se o empobrecimento de roupeiro, e as verbas não permitiam o aluguer de vestuário específico. De igual modo, em eventos das escolas públicas, frequentadas pelos filhos. E, paralelamente, prosseguiu-se a título profissional com a personalização de vestuário, mais direcionado para festa - com uma queda acentuada na procura.

- Em 2005 - na sequência da Formação Profissional, na escola Cenatex, para obter o CUP de formadora, procedeu-se a uma simulação final, onde o propósito era o reaproveitamento de desperdício, e a recuperação pela personalização, como a versatilidade das peças, de casuais a gala. Paralelamente abriu-se espaço comercial em Braga com o conceito vestuário - festa personalizado.

- Em 2007 – Efetuou-se formação profissional em vitrinismo e *marketing*.

- Em 2012 – Capital Europeia da Cultura em Guimarães, ao tomar contacto com o projeto artístico "Remendos" de *Lee Mingui*, sentiu-se a curiosidade de intervir neste projeto, por considerar que vinha de encontro às práticas exercidas até então, e colocar em prática novos desafios.

- De 2014 até 2017- exercício da atividade profissional em sistema de *atelier*-prosseguiu-se como *freelancer* com roupeiro de teatro e eventos culturais, e vestuário personalizado.

- De abril de 2017 até ao presente - entrada na Plataforma da Artes e Criatividade em Guimarães, a convite do DDE – Departamento do Desenvolvimento Económico, na sequência de uma entrevista de sondagem do mercado, face à *Slow Fashion*, para efetuar o respetivo trabalho de intervenção no Mestrado em Comunicação, Arte e Cultura. Identificar a pertinência da intervenção, numa cidade concorrente a Capital Verde. Onde se exerce criação de vestuário e acessórios personalizados - Recuperação – Restauro - emprego de desperdício.

2005- Abertura do espaço comercial em Braga



Imagem 31 – da autora - Vestido com inspiração secular - efetuado de desperdício de tule de algodão de têxtil lar – inacabado, por estar danificado pelo tear. Nesta criação, o propósito terá sido apelar à personalização pelo emprego de desperdício, com inspiração nas antigas mantas de trapos. Tem servido de diversas frentes, a título de inspiração – procedeu-se à execução de quatro vestidos de noiva. A inspiração em si – "trapos de tule", tem vindo a ser - uma referência para muitas obras.

2007 - MONTRA DE SIMULAÇÃO FINAL EM VITRINISMO



Imagem 32 – Foto da autora- criação de vestido de noiva- recuperou-se a mantilha de seda do casamento da avó - 50 anos após ter sido utilizada pela avó, voltou a sê-lo pela neta.

2008 - Vestidos Recuperados



Imagem 33 - foto da autora- 2008 -Lado esquerdo – vestido de comunhão efetuado com tule de algodão- desperdício têxtil lar. Lado direito – vestido de Batismo revestido com renda de seda da mantilha de casamento da mãe, recuperado para o Batismo da filha.

Natal 2010 – Obra Social do sagrado Coração de Maria – Guimarães

Filme norte-americano de 1964, do gênero fantasia musical, dirigido por Robert Stevenson, - com roteiro baseado nos livros de mesmo.

Teatro de Natal - Versão adaptada - Mary Poppins



Imagem 34 - Foto do fotógrafo do colégio de Vila Pouca em Guimarães.
Acessórios - Todos os acessórios e vestuário do espetáculo foram personalizados à mão pela autora.



Imagem 35/36 - Mary Poppins – Musical – Vestido recuperado e adaptado. Botas forradas com *collants* rompidos. *Capeline* forrada com desperdício de cortinas. Assim como restantes pormenores vermelhos. Sombrinha efetuada com desperdício têxtil, adaptada de guarda-chuva danificado. Os meninos acompanhantes reutilizam vestuário festa, de outros eventos - de outras crianças.



Imagem 35/36 - Foto do fotógrafo do colégio de Vila Pouca Guimarães.

Representação dos bebês do berçário do Vila Pouca – Nuvens de desperdício-enchimento – Espetáculo de Mary Poppins



Imagem 37 – Fotografia do Colégio de Vila Pouca; 2010.

2012- Teatro "O Principezinho"



Imagem 38- Foto *Bigger Magazine*; 2012 - Decorria a Capital Europeia da Cultura – nessa sensibilidade, houve um esforço acrescido para de algum modo se viver o espírito que reinava na cidade. Um roupeiro e cenário rico em mão de obra - houve um esforço acrescido em dar resposta ao momento. O desperdício entrou com força neste espetáculo, do roupeiro ao cenário – o avião de Saint Exupéry, foi também construído de cartão de caixas do lixo. Patinado a cor chumbo – A hélice, foi efetuada de uma ventoinha estragada – e, sim, tinha uma asa partida da queda – processo fácil de operar no cartão. E, talvez por ser um ano de procura de notícias, foi também notícia o espetáculo de Natal no Vila Pouca.

**Carnaval 2011 – Escola Pública João de Meira – "Diferentes povos diferentes saberes".
Imagem e criação da autora – 4º ano de escolaridade do filho.**



Imagem 39 - Foto da autora; 2011- traje de mexicano e holandesa, com auxiliar da escola e a autora.

No resultado das diversas intervenções de figurinista, tornou-se uma realidade os pais apelarem ao auxílio do vestuário nos eventos na escola. Fenómeno que passou a decorrer após a intervenção no vestuário dos filhos da autora e das festas do colégio - o facto de haver concursos acentuou as intervenções – valoriza-se a criatividade - não as peças mais recentes no mercado- mas em permanente reutilização e aproveitamento de desperdício – a intervenção passou quase a tradição.

Holandesa – Todo o vestuário efetuado à mão pela autora, de desperdício têxtil lar, à exceção dos socos e cesta, que lhe haviam trazido de recordação da Holanda.

Mexicano – Capa da autora, vestuário quotidiano – Chapéu efetuado de uma cesta velha. Guitarra (estragada) cedida pela Escola de música Mozart.



Imagem 40- Foto tirada pelo fotógrafo do Colégio de Vila Pouca

2013 - "A MENINA DOS FÓSFOROS" - DE HANS CHRISTIAN ANDERSEN

O teatro da Menina dos fósforos foi das experiências na qualidade de figurinista que mais representatividade teve – remeteu-se para o Séc.XIX – o conto adaptado aludia à reflexão da extrema pobreza versus riqueza – moralista - como à capacidade do imaginário. O roupeiro da burguesia - todo efetuado de desperdício - propunha evidenciar o luxo burguês da época com desapareço. Transformou as atoras nas protagonistas do espetáculo.

CARNAVAL 2014 – GRUPO DE JOVENS DESPROVIDOS PARA O EFEITO



Imagem 41- Foto da autora - grupo de alunos do Colégio/ATL de Vila Pouca

Não sendo prática no colégio proceder a festa de carnaval - o grupo de jovens, familiarizados com as intervenções no teatro, apelou a auxílio para uma surpresa de carnaval. Ação que seria obrigatória no espaço de trinta minutos. Na existência de seis máscaras plásticas - em roupeiro, pensou-se de modo breve uma caracterização de carnaval Veneziano. Com vestuário casual feminino, alguns desperdícios de cortinas têxteis – os jovens tornaram-se vedetas de última hora.



Imagem 42- Foto do fotógrafo do Colégio de Vila Pouca – 2015

TEATRO 2015: "SOLDADINHO DE CHUMBO"

O teatro do soldadinho de chumbo constitui mais um teatro Hans Christian Andersen - onde o imaginário não teve fim. Como retratava o mesmo século da "Menina dos fósforos"- o roupeiro feminino levou apenas breves transformações. Apostou-se na caracterização do "soldadinho de chumbo" para todos os anos do Colégio Vila Pouca. Não se adquiriu qualquer tipo de material - Transformaram-se camisas e camisolas vermelhas com galões/desperdício têxtil lar nas respetivas jaquetas – semanas de trabalho manufaturado, apenas.

2016: "Aproximar para transformar" – conto criado para o efeito



Imagem 43- Foto do fotógrafo do Colégio de Vila Pouca- 2016

Conto de fadas criado pelos professores do colégio – moralista - com o propósito de passar a mensagem – aproximação - transformação em sociedade - nas pessoas. O roupeiro acompanhou o tema, as crianças vestiram-se de modo mais homogêneo – para que se revelasse a aproximação/reunião. Na imagem inferior, aparece a "fada boa" que motiva a transformação com canto natalício adaptado. Neste teatro, ao contrário dos habituais, as crianças estavam felizes por quase não se distinguirem umas das outras nas vestes, onde há sempre muita disputa. Houve necessidade para o efeito de conceber saias e acessórios iguais, efetuados de desperdício de cortinas.

2.3 – INTERVENÇÕES ACADÊMICO- PROFISSIONAIS 2016/17

Personalização - à sombra da *Slow Fashion*

Às ações de intervenção efetuadas para efeitos académicos, precedeu-se a uma retrospectiva da área profissional, e por isso - ação *Spin-off* entre o passado e o presente, por se considerar que não há corpo teórico que preveja ação, sem experiência no terreno. Por sua vez, só a experiência prática incorre no risco de estagnar, daí a vantagem de atualização em corpo teórico, a experiência no terreno confere a segurança prática do "saber fazer" , cria acessos visto já haver conhecimentos no mercado.

A experiência profissional tem sido o veículo de mobilidade para proceder às ações - contudo, e não menos significativo, o conhecimento teórico fundamentou e abriu novas portas de acesso profissional.

Assim, deu-se continuidade ao trabalho de sempre, no que concerne à criação de vestuário e acessórios personalizados, e recuperação. Como figurinista no Colégio de Vila Pouca, pela reutilização, e reaproveitamento de desperdícios e aos restantes jovens que o solicitaram noutros âmbitos – este ano, à luz do conceito *Slow Fashion*, com o propósito de sensibilização para a responsabilidade social e sustentabilidade ambiental.

A entrada na Plataforma das Artes e Criatividade – projeto profissional de incubadora, tem constituído uma via de divulgação e novos acessos – no conceito da personalização com emprego de desperdício à sombra da *Slow Fashion*. Com perspectivas de passar para intervenção na formação – "Faça você mesmo" e atuar em empresas têxteis com a criação de uma *Brandig* Marca assente no conceito - surgem possibilidades de concurso a cobrir pontos de eventos culturais da organização da autarquia – Feira Afonsina, no mesmo conceito.

As restantes intervenções efetuadas foram agilizadas, também à luz do conceito, pelo que, passar-se-á à análise das transformações operadas:

- Dia da Filosofia Escola Secundária Privada - Colégio da Trofa.

- Got Talent – Intervenção voluntária, realizada na qualidade de figurinista. E ou, consultora de Imagem, no concurso de talentos na Escola Secundária Martins sarmento, nesta cidade.

- Teatro do colégio da Nossa Senhora da Conceição em Guimarães, IPSS – Peça adaptada - contos de Sophia de Mello Breyner.

- Ação direta com o público na criação, recuperação de vestuário e acessórios de moda personalizados – Plataforma das Artes e Criatividade, em Guimarães. É incubadora com mais doze criativos - de novos projetos em rede com outras incubadoras, como têxteis.

2.3.1 – DIA DA FILOSOFIA

Dia da Filosofia – 17-11-2016



Imagem 44 – Foto da autora - Ana Dulce - à esquerda, no dia da Filosofia - identifica-se como Simone de Beauvoir, entre o feminino e os acessórios/símbolos masculinos – gravata, procedeu-se à caracterização de meados do Século XX da pensadora/feminista – utilizou-se para o efeito, vestuário casual clássico. As restantes jovens foram caracterizadas com roupa da atualidade, das mães – pensadoras contemporâneas. A saia que caracteriza Simone de Beauvoir aparece acima para a personagem de Mary Poppins – musical do início do mesmo século, apesar de serem personagens completamente distintas, o que traduz a versatilidade das peças. É contudo, vestuário - clássico da atualidade.

Jovens que foram acompanhadas desde bebés no colégio pela personalização, transformação e reutilização - mudam de escolas - ficam confinadas ao acompanhamento dos eventos que requerem personalização específica - criativas participantes.

A caracterização dos jovens no dia instituído para o Dia da Filosofia constituiu um presente contínuo resultante do contacto ao longo dos anos com estes mesmos jovens, oriundos do colégio de Vila Pouca em Guimarães. Deste modo e apesar de estarem noutras escolas - noutras localidades, aquando de um evento cultural, pelo contacto anterior, apelam ao apoio e acabam por contagiar professores e colegas na ação de personalização e caracterização, assente no reaproveitamento e reutilização.

Este é um testemunho que prevê a crença de que o trabalho passado não foi em vão. Assim, de ano para ano, as intervenções não só se repetem como se alargam; aqui talvez se possa concluir no poder dos jovens em dar continuidade às intervenções efetuadas. São intervenções demasiado representativas para os jovens e para quem personaliza, diria que uma arte, a de conseguir perceber a "pele" do outro, onde se criam laços que perduram no universo da memória, pela mensagem recebida.

No dia da Filosofia, opera-se no momento, a novas caracterizações para o mesmo colégio para o ano em curso, a decorrer a 16 de novembro. Houve por isso, satisfação na caracterização que se alargou a novos membros, nomeadamente aos docentes.

Lamentou-se por questões geográficas, a impossibilidade de ter estado no local do evento cultural no ano anterior, que por isso, efetuaram-se às peças à distância, pelas jovens de Guimarães. O que já não acontecerá neste próximo, visto estar calendarizada a intervenção direta. Só com as três jovens de Guimarães, se entreviu diretamente.

Há no entanto, o convite de intervenção para o próximo evento para estar presencialmente no colégio da Trofa em contacto com as intervenientes.

2.3.2 - PLATAFORMA DAS ARTES E CRIATIVIDADE



Imagem 45- Foto da autora - compor vestido já criado em 2005- propósito – transmitir conceito Slow Fashion pela personalização e reaproveitamento de desperdício.

PORTO CANAL - CRIATIVOS – IDEAS OUT OF THE BOX ESPECIAL VERÃO - 18 AGOSTO 2017



Imagem 46 – Foto dos responsáveis do DDE – Imagem superior - Porto Canal – Foi transmitida a mensagem de emprego do desperdício – remeter para a História pela responsável do pelouro do DDE - deste espaço.

Acessórios personalizados - recuperados para clientes



Imagem 47/48 – Foto da autora – junho 2017 - À esquerda sapatos clássicos, recuperados por serem em tecido. Encontravam-se danificados. À Direita, sapatos de criança personalizados com aparas do seu vestido.



Imagem 49 - agosto 2017 - fotos da autora - tacões de sapatos personalizados, com aparas do vestido. -Sapatos personalizados com botões e aparas do vestido.



Imagem 50/51- agosto 2017- foto da autora - Carteiras personalizadas para festa, com aparas dos vestidos.



Imagem 52- Cesta artesanal para presente – Personalizada - conchas – beijinhos do mar.

Fato para rapaz personalizado com inspiração tauromáquica para desfile.



Imagem 53 – agosto 2017 - foto da autora- Fato para rapaz personalizado com inspiração tauromáquica para desfile – sapatos personalizados com aparas do fato.

Vestido Recuperado de 2007 - 2017



Imagens 54/55-- fotos da autora - agosto 2017 vestido criado em 2007 - recuperado na atualidade para outro evento. Recuperação devida a transformações físicas - de igual modo para desconstruir o vestido inicial. Reaproveitou-se a saia, com parte do peito, para efetuar pormenores.

Imagens 56/57 - setembro 2017-fotos da autora - no primeiro – efetuou-se a um crescente em folho, e nas laterais com fitas de veludo. O segundo acresceu-se como se observa na imagem - aproveitamento de tiras de organdi, emendadas com rendas. As crianças reutilizaram os mesmos vestidos após quatro anos, num novo conceito.

Vestidos de criança adaptados de - 2014 para 2017





Imagem 58 – setembro 2017 - Fato de batismo de criança adaptado após três anos para novo evento. Transformou-se o fato em calção, e a camisa para manga à três quartos, com crescente a abotoar a trás.

Entrada na Plataforma das Artes e Criatividade

A entrada na Plataforma das Artes e Criatividade – projeto profissional de incubadora, como já referido acima, tem constituído uma forte via de divulgação e novos acessos – no conceito de personalização com emprego de desperdício à luz da *Slow Fashion*.

Apesar de insegura face ao convite, devido ao espaço ser semifechado, até então, (no passado, mercado da cidade). Desde 2012 à exceção de eventos culturais que lá decorrem, não é um local de passagem pública, como não tem acesso a automóveis, por isso, zona pedonal, de lazer e cultura, onde só se direciona o público específico aos interesses locais. Muito visitado por estrangeiros, como toda a cidade após a Capital Europeia da Cultura 2012, ainda que em menor número que a zona histórica.

O espaço físico

Há uma construção primária da Plataforma das Artes de imagem de espaço fechado para incubadoras de projetos – para o que foi criado, com insucesso notório - causa principal para rejeitar a candidatura nos primeiros contactos. Após apresentar os argumentos que impediam a crença no espaço, reconsideraram, e na atualidade, o espaço é aberto ao exterior, para os que assim pretendem o atendimento ao público, infelizmente só dois de doze, o exercem. Esta condição persiste em ser a que menos confiança transmite, obriga a vigiar de modo mais atento a divulgação.

Por outro lado, abriram-se portas pelo facto do espaço ser do pelouro municipal, que favorecerão a prevalência no espaço de tornar exequível o projeto. Como já foi referido, a afluência de empresas *pop up store* - Guimarães *Branding* Marca, que em rede – *net working*, se iniciam ações de cooperação entre profissionais. Como outras ações já mencionadas acima. O facto de serem doze criativos, também permite acreditar na cooperação, nomeadamente, os criativos de Marketing, operam um *site* do Laboratório Criativo.

De ação direta de cooperação - o Laboratório Dona costura - aulas de costura, e o de joalheria – produção de joias artesanais personalizadas, por preverem afluência pública, os meus e os seus clientes passam por ter interesse em comum, e complementar-nos.

Divulgação do espaço criativo

A divulgação do espaço, como já referido, prevê ação permanente de divulgação. Um forte benefício terá sido a presença do Porto Canal na Plataforma, ação promovida pelo município, com repercussão nas redes sociais; após a notícia de televisão que despertou curiosidade na página do Facebook – aumentaram representativamente as visualizações.

A referir, uma forte divulgação mais direta, pelos eventos culturais que vão acontecendo, desde concertos a desfiles de moda - nestes eventos afluem milhares de pessoas ao espaço – com imagem de espaço aberto. Nesses dias, esteve-se em permanência de porta aberta, ao atendimento público, o que surtiu uma análise positiva de afluência ao espaço, nos dias seguintes aos eventos.

Como os eventos decorrem no verão, está no momento a ser criado um *site* de divulgação pelos criativos da Plataforma das Artes, para que se vão divulgando e promovendo ações, e despertar de curiosidades.

Os representantes das empresas empreendedoras, são acompanhados com frequência, pelos responsáveis do município a este espaço, com o propósito de conhecer, e acolher novos projetos. Neste campo tem-se procedido a um forte trocar de impressões – onde reside a crença de possíveis intervenções na têxtil e calçado – para acessórios de Moda assentes no desperdício. É com este grupo têxtil tem havido troca de pareceres no sentido de ser criada uma *Branding* Marca assente no desperdício de produção para exportação.

Apesar de no início da atividade se apresentar pouco viável, ao fim de meio ano de atividade, apresentam-se novas visões, visto já haver têxteis em Guimarães a direcionarem-se para a eco têxtil pela pertinência da cidade ser candidata a Capital Verde.

Salvo as pessoas que afluíram dos eventos públicos, a maior divulgação tem sido o boca- a - boca por clientes já familiarizadas com o trabalho de personalização e

recuperação. A página nas redes sociais tem de igual modo divulgado a ação e despertar de curiosidade.

Análise da intervenção na Plataforma das Artes e Criatividade

Considerando o tempo de estada neste espaço, é precoce proceder a uma avaliação, apesar disso, e face às previsões de sondagem anteriores, têm decorrido mais intervenções que as previstas. Isto porque, por pré familiaridade com a cidade de Guimarães, há um conhecimento prévio do seu público – elitista- conservador - muito familiar. Há de igual modo, na classe média alta, uma forte preocupação em não revelarem onde e como se vestem, razão que levou a proceder ao atendimento por marcação.

Apesar de este ser um verdadeiro desafio, face ao público residente nesta cidade, a afluência e aceitação do conceito tem sido superior ao previsto. Observa-se uma espécie de aceitação do projeto *Slow Fashion*, como que - o "ficar bem".

Onde se tem observado mais aceitação e afluência, é efetivamente no público mais jovem, (mais informado), ou por sua vez, nos mais velhos, (já avós), estes procuram efetivamente, o serviço prestado no passado. Procuram o espaço para personalizarem acessórios e pequenas peças adquiridas pela via *fast fashion*, nas quais pretendem dar um toque pessoal, na maioria, quem conhece o trabalho; os mais criativos, afluem com ideias participativas de transformação, daí a ideia de *workshop*.

À exceção de meia dúzia de clientes novas que procuraram a personalização para eventos específicos, assente na componente de versatilidade das peças, pela possibilidade de serem usadas para além dos eventos, como vestuário casual, o trabalho que mais se operou, foi a clientes já conhecidas que pretenderam transformar ou recuperar peças, face a experiências anteriores.

O conceito desperdício, nos primeiros contactos, parecia-lhes irrelevante, mas ao confrontarem-se com menor preço, como no propósito do seu emprego, aceitam-no melhor, e observa-se uma espécie de solidariedade com o conceito. É evidente que ficam mais agradadas quando se refere a não probabilidade de haver outra textura igual no mercado, visto o desperdício ser utilizado em diferentes campos.

Há no entanto, uma forte incidência na procura de vestuário festa, para o casual dificilmente aparece alguém que pretenda a personalização – o conceito do "não compensa" na classe média está muito presente. Daí, se ter estabelecido a ponte entre o *Fast Fashion* e a *Slow Fashion*, comprem peças mais acessíveis, mas no momento em que as personalizam, não se desfazem delas, a título de e.g. as gangas.

2.3.3 -SARAU CULTURAL – "OS MUNDOS DE SOPHIA"

Inspirado nos contos de Sophia de Mello Breyner Andresen - Colégio da Nossa Senhora da Conceição em Guimarães. Em cooperação com Ana Portugal – Professora de Educação Visual - Responsável pela oficina de teatro nesta instituição. 04/04/2017.

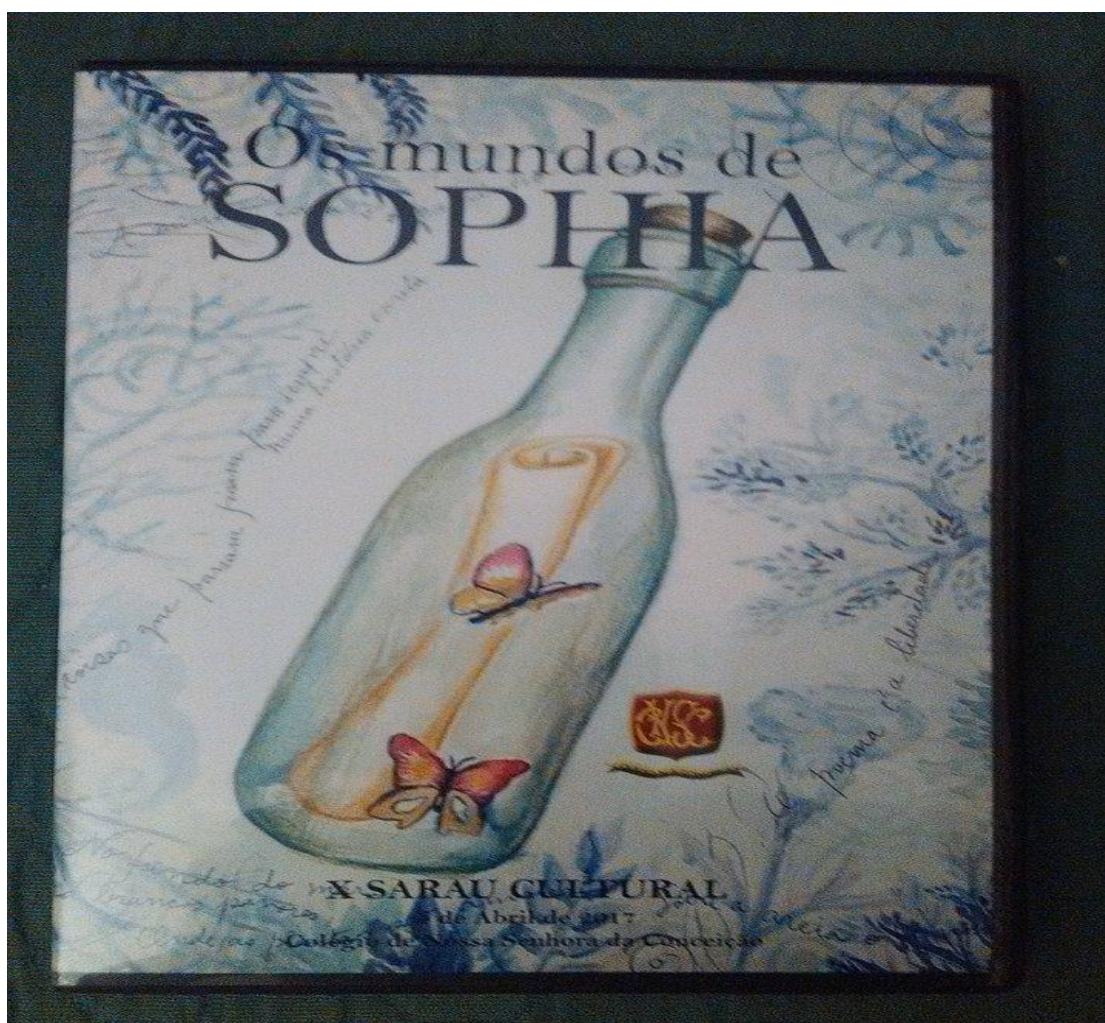


Imagem 59 – abril 2017 - Ilustração de Ana Portugal

Sarau cultural consistiu num teatro- coletânea das obras de Sophia de Mello Breyner. A intervenção nesta instituição - Colégio da Nossa Senhora da Conceição em Guimarães, deveu-se à solicitação de apoio no roupeiro, de Ana Portugal, pelo facto de antes termos trabalhado juntas no colégio de Vila Pouca – Obra Social do Sagrado Coração de Maria, nesta cidade.

Ícone - Imagem de Sophia de Mello Breyner

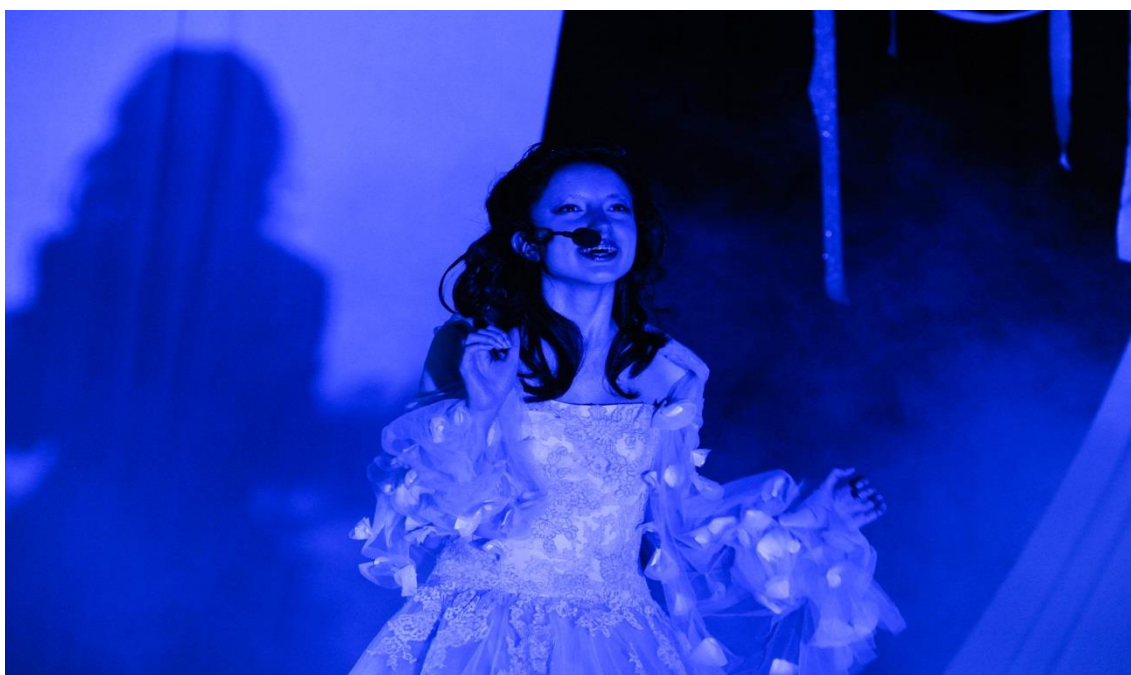


Imagem 60/61 - foto do fotógrafo colégio - Nossa Senhora da Conceição- Guimarães. Na base - Um saial de tule para armar (acessório de vestido de noiva) – Na raiz todo o vestido está coberto de camadas de organzas (desperdício têxtil lar – cortina). Para os relevos mais brilharem, empregou-se desperdícios de organza brilhante. O cenário, é maioritariamente concebido com diversos desperdícios de têxtil lar – das malhas de algodão às telas.



Como se pode constatar pelas imagens, o desperdício foi uma prevalência, do vestuário ao cenário.

A Fada Oriana - do conto infantil de Sophia de Mello Breyner



Imagem 62/63 - foto do fotógrafo colégio - Nossa Senhora da Conceição- Guimarães. À exceção das camisolas das estudantes – procedeu-se do mesmo modo - do vestuário aos acessórios - emprego de desperdício têxtil. Como se observa, as asas foram efetuadas de organzas têxteis – pela sua leveza. Na base, as saias foram concebidas com tule de arame – Cobertas com tecidos de desperdícios de lençóis. Os colares efetuaram-se de cordões de estores de cortinados estragados, conjuntamente com fitas de embrulho prateadas.



A menina do mar – Sophia de Mello Breyner



Imagem 64/65 - foto do fotógrafo colégio - Nossa Senhora da Conceição- Guimarães. Fundo do mar – das algas às ondas do mar – o desperdício têxtil lar constante – com todo o tipo de materiais – algodões, fibras sintéticas a plásticos.

Menina do Mar – Fundo do Mar

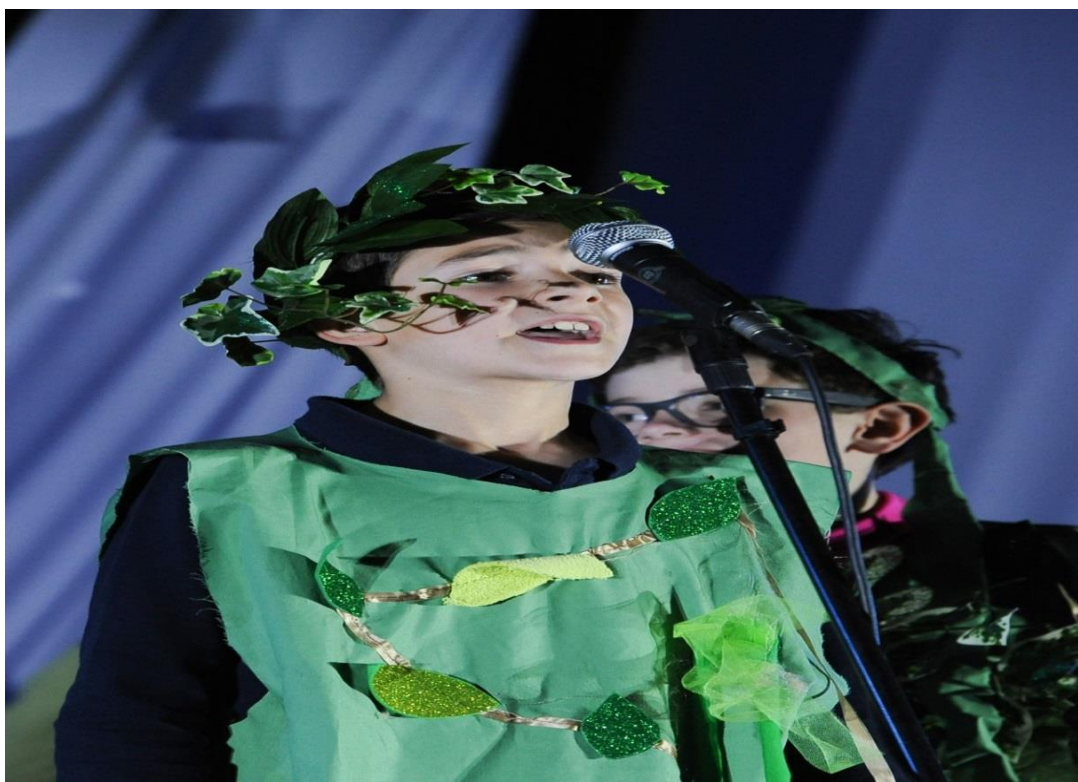


Imagem 66/67 - foto de fotógrafo colégio - Nossa Senhora da Conceição- Guimarães. Fundo do mar e duplos da menina do mar. Como denuncia a imagem, estas caracterizações levaram a empregar um enorme leque de desperdício, dos plásticos ao têxtil. Também com matérias naturais – as eras e diversas folhas e canos revestidos.

Retrato de Mónica – Sophia de Mello Breyner



Imagens 68/69 - Foto do fotógrafo do Colégio da Nossa Senhora da Conceição. A aluna que encenou a exuberância do "retrato de Mónica"- "vestiu-lhe" o papel, mas não gostaria de ser identificada nele. Daí se solucionar com a *capeline* de flores em cacho, para desse modo lhe tapar o rosto, capeline já usada na base, no teatro de Marry Poppins. Objetivo conseguido com êxito. As restantes colegas e os familiares não a reconheceram.

Desfile de Mónica



Imagem 70- Foto de fotógrafo do Colégio da Nossa Sra. da Conceição

Nas diversas caracterizações para além de se empregar o desperdício, como é habitual no teatro, reutilizaram-se peças, de uns e de outros, acessórios mais antigos guardados em roupeiro, ou mesmo, vestuário do quotidiano ajustado à caracterização.

Processo de Intervenção no Sarau Cultural – Contos de Sophia

Como já foi referido, esta intervenção não foi tão direta com os jovens como as restantes. A intervenção efetuou-se por intermédio ou solicitação da professora das oficinas do teatro no colégio da Nossa Senhora da Conceição em Guimarães, pelo facto de ter-mos trabalhado juntas no colégio de Vila Pouca.

O porquê deste desafio de intervenção

Lamenta-se por isso a intervenção não ser tão direta, pela não presença nos ensaios, apesar de haver pressupostos face ao êxito obtido, de nos próximos eventos no colégio, estar mais presente, dependendo da possibilidade de coordenar as datas com o colégio que intervenho de longa data.

Esta intervenção tornou-se num forte desafio, visto ser um colégio privado, frequentado pela classe social que mais poder económico tem. É um dos colégios na cidade de Guimarães que entra quem mais paga. O critério de seleção não prevê tanto a educação familiar, mas a capacidade económica que, naturalmente gera disputas. Nomeadamente os pais estão habituados a pagarem extraordinariamente os custos dos eventos.

Deste modo, e no propósito de passar o conceito *Slow Fashion*, solicitou-se aos pais o não pagamento, mas passarem a contribuir com desperdícios e peças que não usem para formar o roupeiro do colégio, visto na sua grande maioria serem empresários têxteis. Pensava-se uma reação negativa, no início, parte dos jovens e dos pais solicitaram as compras, como não traziam desperdício, mas peças novas, dos tecidos ao vestuário.

Contudo, e apesar de constituir um desafio arriscado, obteve-se um efeito positivo na adesão ao conceito, e o Sarau foi concebido pelo desperdício, e reutilização, com a mais-valia de enriquecer o roupeiro do colégio.

2.3.4. -SARAU CULTURAL - GOT TALENT

Mote de intervenção - "brilhar com o que temos"



Organização da Escola Secundária Martins Sarmiento em Guimarães Espetáculo Público no Teatro S. Mamede - Passou-se a informação anti - consumista e de personalização. Apelou-se ao facto de todos os que assim considerassem - acederem ao apoio na intervenção na qualidade de figurinista, sem que necessitassem gastar qualquer tipo de verba para o efeito. Na sua maioria, os participantes foram recetivos à ideia, ainda que de diferentes modos.

Uns, totalmente dependentes do apoio - outros com muita determinação em como gostariam de estar, houve os que solicitaram apenas opinião - dois casos, não carecerem de apoio algum, estavam já determinados no que queriam - grupo, já formado, já tinham as suas práticas de sempre e uma jovem iniciante na música, porque gostaria de usar vestido que já tinha para o efeito.

Cláudia Moreira 17 anos 10º LH – Rhianna – "Four five seconds" – 2016



Imagem 71- Fotografia dos alunos de multimédia do Liceu. A caracterização da Cláudia no ano anterior - constitui a "chave" de entrada, para que os jovens acreditassem no trabalho a efetuar para 2017. Foi solicitada a intervenção pela Cláudia, por familiaridade no trabalho em anos anteriores em espetáculos. Inicialmente era seu propósito vestir um vestido de gala/noite. Foi-lhe sugerido repensar o assunto, analisar a letra da música, e de que modo se identificava com o que iria vestir.

Em concordância de partes, conclui-se que quer a música quer a Cláudia previam um estilo arrojado. Desse modo, partiu-se para uma caracterização em conformidade com o que se pretendia transmitir.

Assim:

Blusa e calça de ganga, vestuário casual da Cláudia.

Top – Cor cinza-chumbo, com o propósito de transmitir o tal arrojo, com pequenos apontamentos de festa e noite. Foi criado, em fio de algodão, e contornos trabalhados de tule/desperdício de *atelier* - pedras de colar estragado. Acessórios – condizentes, com o vestuário e música.

Sarau cultural de 2017 - nove alunos participantes/concorrentes, aos quais se ofereceu apoio de consultoria de imagem, e cedência de roupeiro, se aplicável - assente no não consumismo, com o mote - "Brilhar com o que temos". Passa-se a exibir imagem dos que houve contacto direto de intervenção.

Eduardo Fortes – 12ºano – "Versátil" – Original letra e música



Imagem 72 - Fotografia dos alunos de multimédia do liceu. Eduardo Fortes - vestido com roupa casual – Por considerar que cantaria um rap seu, e versátil – em acordo de opinião, saiu do vestuário convencional do rap, como disse o Eduardo – " sim, a camisa de xadrez, e calça cinza até porque não cantarei "*Old Schol*" (não gostaria de associação ao rap cantado por pretos) a música é instrumental e sim, acedeu a alguma versatilidade. Diz o Eduardo – "Identifico-me com o Piruka".

Francisca Amaral – 17 anos - 11ºano SE2 - Leona Cohen – "Hallelujah"



Imagem -73- Fotografia dos alunos de multimédia do liceu. Francisca - quis ser ela, apenas. Após trocarmos impressões e serem-lhe oferecidas várias possibilidades, enveredou por vestir peças da mãe, básicas.

Filipa Lima – 16 anos - 11º - CT – Leona Lewis – "Run"



Imagem 74- Fotografia dos alunos de multimédia do Liceu- Escola Secundária Martins Sarmentos. Filipa Lima – Intervenção total de vestuário e acessórios. Pretendia - vestido de gala como nunca tivera, nem podia ter. Adaptou-se um vestido preto, "passado de moda" com uma cauda efetuada de - desperdício têxtil lar (colcha) a parecer esvoaçante e rasgada, em conformidade com a letra, com a qual a Filipa se identificava.

Guilherme Freitas – 15 anos – 10ºano – LH – Beat box



Imagem 75 - Fotografia dos alunos de multimédia da Escola Secundária. Guilherme - familiarizado com o trabalho de roupeiro do teatro do colégio, estava indeciso. Os pais têm uma confeção, propunham-se fazer-lhe um conjunto de camuflado. Mas na troca de impressões, considerou-se que ser mais ele com o vestuário do quotidiano - um pequeno apontamento – lenço atado - o Guilherme esteve consigo.

Mafalda Costa – 17 anos – LH – Amy Whienehouse- "You Know I'm no good"



Imagem 76 - Fotografia dos alunos de multimédia do liceu. Mafalda – determinada de que gostaria - Cedeu-se o vestuário de outros eventos e acessórios. Denunciou gosto pelo conceito - camisa masculina e top. À semelhança do conceito empregue com Cláudia no ano anterior.

Mariana Araújo – 15 anos – 10º ano CT - Alicia Keys – " If I Ain't got you"



Imagem 77- Fotografia dos alunos de multimédia da Escola. Mariana - familiarizada com as intervenções no teatro no colégio – Determinada em vestir calças – enveredou-se por peças da mãe – personalizou-se a gola, com um brilho festa- pedras e renda de desperdício.

Sofia Dias - 18 anos – 3º PAL - The animals- "The house of the rising sun"



Imagem 78 - Fotografia dos alunos de multimédia do liceu. Sofia - cantora em eventos públicos – pretendeu estilo arrojado. Cedeu-se o vestuário para o efeito – Calça de ráfia – Blazer casual. Sofia teve como referência a Cláudia do ano anterior.

ANÁLISE DA INTERVENÇÃO NO LICEU GOT TALENT – 2017

O porquê de intervenção neste evento

A proposta de intervir na Escola Martins Sarmiento constituiu um forte desafio, por vários aspetos - entre eles, ser uma Escola Secundária pública em Guimarães mais fechada que as restantes, a pouca acessibilidade à escola, como a diversidade de classes sociais dos alunos que a frequentam, permitiu uma intervenção diversificada.

É uma Escola elitista - na atualidade incorpora cursos profissionais - disputam-se com os cursos científicos que no passado eram específicos do Liceu, do qual se mantem o nome - acentuam-se claramente as rivalidades, entre os cursos, refletidas no Sarau Cultural.

O roupeiro destes eventos é sempre da responsabilidade dos alunos a concurso, a escola não se envolve nesse parâmetro. Contudo, é referido aos alunos que – o modo como se apresentam é tido em consideração – não consideram apenas o talento.

Deste modo, este desafio constitui um duplo gosto, aceder a um escola pública fechada, e de igual modo ter podido contribuir para um processo igualitário no acompanhamento dos alunos, independentemente dos seus acessos económicos.

,

O acesso à intervenção

Para além do facto de ter sido uma escola que frequentei, tem sido de igual modo a escola secundária dos meus filhos, como de muitos outros jovens que tenho vindo a acompanhar no colégio de Vila Pouca. Esta familiaridade por si só constitui uma chave de entrada.

Contudo, e apesar de ser mãe na escola, procedi ao pedido de intervenção, na consciência que o roupeiro dos alunos era do foro de cada um. Inicialmente pedi

entrevista ao Diretor da escola, que reverteu para os docentes responsáveis pelo evento, estes por sua vez, solicitaram o envio do pedido por correio eletrónico. (em anexo)

Como se junta em anexo a conversação por correio eletrónico, acedeu-se aos ensaios com o mote - "brilhar com o que temos" - assente no conceito *Slow Fashion*, de aproveitamento de desperdício, recuperação, reutilização- dizer não ao consumismo.

Alguns jovens já conheciam o trabalho efetuado, apesar de a maioria não me conhecerem, os restantes estabeleceram a ponte de confiança, na possibilidade de personalização pelo emprego de desperdício e reutilização. Foi efetuado o pedido de autorização aos pais, com a mensagem que nada teriam que pagar pelo apoio – acederam em maioria, com agradecimento.

Sobre o espaço físico

Como se referiu, e com o máximo de isenção de juízos de valor, a escola apesar de ter um bom espaço físico, é a única escola em Guimarães que efetua o evento cultural no teatro/cinema S. Mamede. É um espaço na atualidade que funciona com Centro de Arte e Lazer, daí possuir condições físicas que propiciam uma noite de gala – reúne as condições para efetuar o Sarau, como para acolher o público.

A intervenção e recetividade dos jovens

No geral foi, uma experiência gratificante, dos nove concorrentes, seis aderiram ao projeto, dois não aderiram por já terem determinado o que viriam a vestir, uns deles, um grupo musical- "Todos ao molho" com vestes específicas de outros eventos, e a Sara, porque já tinha determinado o vestido a usar de outro evento – Não houve compras supérfluas, ou qualquer tipo de compra, para o efeito. Não constitui uma tarefa difícil acompanhar os jovens, ainda que de diferentes modos, e a seu gosto. A uns, efetuou-se apoio de acompanhamento, a outros por cedência de peças de vestuário e acessórios, ninguém careceu de efetuar compras. Aliaram-se na perfeição ao espírito de não consumismo. O apoio efetuado não residiu só no acompanhamento do vestuário, consistiu em dar apoio total de maquilhagem como todo o acompanhamento no decorrer

do evento. Apelou-se a que todos trouxessem o que havia por casa, juntaram-se os produtos de maquilhagem – todos cooperaram.

Divulgação

A divulgação com os jovens processou-se durante os ensaios, a divulgação do evento, foi efetuada pelos alunos da escola do curso profissional de média e marketing, divulgada pela própria escola na página do Facebook. O teatro/cinema lotou.

Análise da intervenção

Acredita-se no sucesso da intervenção, pelo grau de satisfação obtido pelos alunos, e não menos pelos pais. Os docentes responsáveis agradeceram a intervenção, e apelaram ao apoio para próximos eventos. A tomada de consciência de mudança comportamental só pode ser avaliada face a este evento em específico - todos cooperaram na consciência e responsabilidade ambiental e social. Só no futuro se poderá constatar a continuidade ou não, das atitudes.

Os comentários obtidos pelo público em geral compensaram a intervenção, Sentiu-se uma menor desigualdade no vestuário, uma melhor caracterização entre os candidatos e o que representaram. O mais gratificante foi sentir a satisfação dos jovens por não terem custos e estarem como gostariam, sem terem necessidade de estarem preocupados com os outros – todos tiveram os mesmos acessos – vestiram-se pelo seu gosto, não para os outros.

Este balanço foi muito gratificante, visto que em anos anteriores, a disputa entre si, era tão forte que proferiam os preços ou marcas das peças que utilizaram.

2.3.5 - ESTÓRIAS PERFORMATIVAS – MITOS DE GUIMARÃES -2017

Desfile de moda na intervenção de Rute Isabel Fernandes - projeto de Intervenção – "Mitos de Guimarães"



Imagem 79/80 - Foto Intervenção de Rute Isabel Fernandes - Imagem - **80**- *freepass* – técnicos de Media e Marketing - Plataforma das Artes.

A passagem de modelos consistiu em – na área da Moda transmitir o - mito duas caras, aos olhos da autora. Procedeu-se assim, à passagem de várias peças de vestuário em duas frentes, como que do mito se tratasse na Batalha de Ceuta ⁷. Tentou-se por isso, passar a imagem de que – uma peça de vestuário pode pelo emprego da versatilidade constituir duas frentes de utilização. Aqui – festa e casual.

7) Na Batalha de Ceuta os soldados de Guimarães terão efetuado duas frentes da Batalha por abandono dos Barcelenses.

Duas caras – Duas frentes – Casual- Festa



Imagem 81/82- Foto Intervenção de Rute Isabel Fernandes





Imagem 83- Foto Intervenção de Rute Isabel Fernandes



Imagem 84- Foto Intervenção de Rute Isabel Fernandes



Imagem 85- Foto Intervenção de Rute Isabel Fernandes



Imagem 86- Foto Intervenção de Rute Isabel Fernandes



Imagem 87- Foto Intervenção de Rute Isabel Fernandes



Imagem 88- Foto Intervenção de Rute Isabel Fernandes



IMAGEM 89- FOTO INTERVENÇÃO DE RUTE ISABEL FERNANDES



Imagem 90- Foto Intervenção de Rute Isabel Fernandes



Imagem 91- Foto Intervenção de Rute Isabel Fernandes

ANÁLISE DE INTERVENÇÃO – DESFILE – MITO "DUAS CARAS"

O porquê do desfile

O Desfile "as duas caras" - surgiu no âmbito da intervenção da colega do mestrado Rute Isabel Fernandes – Mitos de Guimarães. A Rute, na sequência de uma apresentação em Sociologia da Arte com a Professora Rita Ribeiro, tomou contacto pela primeira vez, com o meu saber fazer no setor de vestuário - ao apresentar uma mona de burguesa, para remeter para o luxo da época – Séc.XVII - em Amsterdão.

No pressuposto de criar um evento de intervenção sobre os mitos de Guimarães, considerou interessante solicitar-me um desfile com um mito à minha escolha, pelo que aceitei a proposta que se ajustava de igual modo às minhas intervenções de divulgação e intervenção do projeto *Slow Fashion*. Conjuntamente, solicitei a presença de mais dois colegas - *designer*/figurinista - Manuel Faria e Ana Portugal – artística plástica, para assim passar o mito em diferentes olhares.

A ação de intervenção

Em representação do Mito – "Duas Caras", concebeu-se vestuário com o pressuposto de efetuar duas frentes. Em conformidade com a lenda, pegou-se no conceito, e tal como a lenda da batalha⁷ a mesma peça, passou em duas frentes de utilização, ora casual, ora festa - o que representa a versatilidade das peças - sem ser necessário possuir um forte roupeiro para diferentes ocasiões. Com a particularidade de se ter empregado desperdício na valorização do vestuário festa. O vestido protótipo do projeto - desperdício usado em 2005 para abertura comercial em Braga - volta a passar no conceito da versatilidade de peças, com um novo olhar.

As cestas representadas são personalizadas com desperdício, de retrosarias danificadas, a pequenas amostras. Procedeu-se à utilização das cestas como acessórios, não pelo facto de estarem presentes nas tendências mas principalmente por serem artesanato característico de Barcelos – Digamos que simbolicamente as cestas representaram as armas dos soldados e os acessórios casuais.

7) Batalha da libertação de Ceuta.

No início foi declamada uma sentença com o propósito de esclarecer simbolicamente a vontade dos Vimaraneses - por terem sido penalizados no sentido pejorativo com um mito que, deveria representar a polivalência dos soldados por terem ficado com duas frentes de combate face à cobardia dos Barcelenses na Batalha da libertação de Ceuta.

O espaço físico

Considerando que a intervenção da Rute Isabel remetia para a História de Guimarães, o evento obrigatoriamente, deveria decorrer na zona histórica para se contextualizar. Contudo, para efetivar o desfile, não conferiu as melhores condições face ao pouco tempo conferido de realização, como às reduzidas condições físicas. Era propósito passar mais peças para identificar o conceito, como efetuar alguma performance que o espaço e o tempo delimitaram.

Divulgação

A Rute Isabel procedeu a *flyers* informativos dos mitos para divulgação, foi notícia de divulgação nas redes sociais, nomeadamente pelo freepass – técnicos de marketing na Plataforma das Artes e Criatividade, com bom leque de divulgação dos eventos públicos em Guimarães.

Análise da intervenção

Face ao depoimento dos vários artistas envolvidos nas intervenções, não menos a opinião da Rute Isabel, como do público assistente (apesar de pouco, pelas limitações do espaço), o balanço do desfile foi positivo. Pensa-se ter conseguido desconstruir o mito, como foi conseguido o objetivo da versatilidade das peças de vestuário, e o poder de transformação dos acessórios.

3 - ANÁLISE REFLEXIVA - INTERVENÇÕES

Considerando que as intervenções efetuadas tiveram o propósito de operar alguma mudança comportamental assente no conceito *Slow Fashion* – operacionalizado pela via da personalização, versatilidade, recuperação, reutilização, e emprego de desperdício, acredita-se que foi dado um primeiro passo de divulgação e transformação - visto que houve ação e intervenção no sentido de operar mudanças comportamentais.

Claro está, que se "são os pequenos passos" que operam transformações sociais, são também pequenos, aos sentidos, e carecem de tempo para se concretizarem.

No momento em que a memória retém uma mudança comportamental, ou deposita afetos, algo de novo sobrevirá, para preencher o vazio humano.

Concretizaram-se intervenções que com maior ou menor envolvimento, absorveram centenas de pessoas diretamente, sem que se proceda à contagem da passagem de informação não direta.

Crê-se deste modo, numa nova visão na utilização do vestuário pela envolvimento dos que de algum modo foram intervenientes neste processo, a linguística por si só, é já um código de símbolos, e por isso, uma ação de reflexão. Conjuntamente com a imagem, e o seu forte poder de comunicação, acredita-se na possibilidade de ter operado transformação.

No decorrer das intervenções, percebeu-se que apesar de se facultar os objetos necessários para o efeito, os jovens mostram interesse em ficar em sua posse com algo

que marque o momento, e possam guardar na memória das vivências que os objetos transportam – os pequenos objetos funcionam como raízes – alicerces de identidade no espaço e no tempo.

De igual modo, no trabalho de décadas de personalização, não há conhecimento de quem se despenda de peças de vestuário que marcaram momentos especiais - é claro que não se pode tomar como uma máxima generalizada, mas entretanto, não se trata uma peça de roupa personalizada do mesmo modo que uma outra confeccionada aos milhares, para milhares.

Na personalização do vestuário acredita-se formar um círculo de sustentabilidade ambiental, por responder a várias frentes – cria-se duradouro - para recuperar- recupera-se com desperdício - ao recuperar impede-se duplamente a formação de lixo e de igual modo, promove-se mais trabalho, e menos custos.

Dos intervenientes neste projeto - dos pequenos a grandes artistas, a profissionais de moda, ao público, a partir do momento que tomaram contacto com o conceito, este fará parte do seu universo.

Há um fator importante que se revela de modo peculiar no teatro, o quanto as peças têm de nós e o que mudam em nós, esse é um facto visível, e irreversível. Para além dos sentimentos que carregam – o vestuário é uma segunda pele, do foro dos sentidos e do sentir.

Não será em vão quando se intitula o vestuário como sinalético – signo de si mesmo, a título de e.g. a ganga – porque foi criada para trabalhos duros, carrega-lhe a imagem, por sua vez empregou-se no lazer, transporta consigo também a noção de lazer - logo a ganga é símbolo de trabalho e lazer – face ao uso que lhe foi dado, possui um ou mais símbolos de associação.

Sobre o referido acima, resta refletir o poder de uma peça duradoura a título de representatividade e associação da imagem ao seu uso; quanto mais for utilizada, mais transporta consigo um conjunto de situações, e vínculos.

Em suma, das intervenções efetuadas o que se retém até ao momento é que - é nos pormenores que reside a diferença, ela é demarcada por quase nada, e são esses pequenos nada que identificam o indivíduo – são pormenores também, as impressões digitais.

3.1 - CONSIDERAÇÕES FINAIS

Recordo no momento, o início desta trajetória – dispersa em mil conceitos, a questionar-me que temática abordaria.

Professor Jean M. Rabot aconselha - Algo que domines.

Professor Albertino Gonçalves - Situa-te só num campo, sim que domines - um só campo, não dispenses.

A Professora Rita Ribeiro - conhecia questões do vestuário, mas eram vários a solicitar a sua orientação, que me fez conter.

O Professor Jean Rabot – havia mostrado gosto pela temática – coisas da memória, do foro do sentir- Porque "Recuperar Memórias" esteve sempre lá – Iniciei com Professor Jean Rabot, por sapatos – área profissional do pai.

Professora Helena Pires – Ao saber o tema comentou - Interessante, há quem pense que a Moda – vestuário é insignificante. Beatriz o que faz - é *Slow Fashion*. (Pensei, sim, faço Moda Lenta, mas nunca havia ouvido o conceito) – Refere-me Gabriela Gama é a pessoa indicada para a acompanhar, escreveu muito sobre a temática. E, Gabriela Gama no seu entusiasmo ao ver-me pegar na matéria, proferiu – " Estes são os primeiros passos para a *Slow Fashion* em Portugal".

No início do ano – Procedeu-se à pré-apresentação, havia já procedido a muitas entrevistas, *designers*, criativos, responsáveis de escolas profissionais, do desenvolvimento económico, jovens estudantes, gosto de entrevistas – pergunto e vou ficando informada, senão em tudo, parcialmente. Mas, já não tinha a orientadora, que dominava a temática, fiquei triste, entretanto, Professora Helena Pires foi-me facultando leituras.

Na pré-apresentação o Professor Albertino Gonçalves questiona – O que estás a fazer em investigação? Tu és pessoa de Intervenção! – Professor Albertino é assim, é bom observador, e conhecia-me de Sociologia, de facto estava um tanto perdida. A Professora Helena Pires havia-me encaminhado bem, mas o destino ultrapassou-a. Nessa pré-apresentação estava afónica, senti por isso necessidade de ter como portavoz a Professora Silvana Mota Ribeiro que por questões de saúde, também não pudera ser minha Professora.

Estava muito desorientada, fulminavam as ideias, mas sem bússola, e, no decorrer da apresentação, a Professora Silvana, organizou-me conceitos mal formados, sabia sobre a temática, como ambas perceberam que era evidente a passagem para a intervenção.

Iniciou-se nova trajetória, nada se perdeu no trabalho passado, tomei contacto com a matéria - pude efetivar pré análises do mercado no setor de Moda, e por último, foi fruto das entrevistas, o convite de entrada na Plataforma das Artes e Criatividade.

É claro, que retive os conselhos, situei-me num campo que acreditava dominar, como de igual modo, só num campo, que até aparentava ser uma brincadeira para mim, então não domino o meu campo profissional de sempre – se domino. E, no entanto, vejo-me numa encruzilhada de conceitos e de ações por efetivar.

Gostava neste momento, ter alcançado muito mais, tudo que o tempo não me deu tempo. Nem com as "mil" imagens que carreguei neste documento, consigo expressar o que não consegui.

No momento seria simpático já ter uma fila de jovens à espera de um *Workshop* de personalização de vestuário, mas para já, ainda não perfazem número que o justifique.

Há contudo um sonho que não vou abandonar enquanto a crença perdurar, o de criar uma *Branding* Marca assente no desperdício duradouro, e na não homogeneização. Decerto talvez consiga um dia, até porque, é uma questão de honra não só pessoal, mas nacional.

E, talvez consiga perceber melhor os outros, para desse modo, os contagiar e ser contagiada com amor - aquele que está para além do bem e do mal.

No momento em que se apela à memória é porque esta é uma presença contínua que estabelece a ponte entre o saber passado, e um presente contínuo - círculos no vestuário – da produção ao consumo. Da memória cultural, à memória das origens – à memória que o vestuário transporta de sentimentos e sentidos. E, não menos - o vestuário deve ser olhado, como parte do universo afetivo da memória.

Assim, numa retrospectiva do passado pessoal e profissional, precederam memórias que - sustentam a crença da continuidade nos hábitos de outrora. E, de algum modo, desconstruir a construção mercantil do "não compensa", ou – "a produção se não for séria não faz face às necessidades".

Se a *Slow Fashion* abarca todos os círculos na Moda – da produção ao consumo, e visa um abrandamento na aceleração inerente ao vestuário. À semelhança de países

desenvolvidos que tomam medidas sobre esta problemática, não será utópico repensar os processos de outrora como via de combater o excesso de produção e consumo. Comprava-se menos, mas duradouro - a qualidade compensava. Por sua vez, e com confiança nos criativos, surgem materiais de última geração e aproveitamento de artigos maléficos que conferem peças duradouras e originais – e.g. a pele de peixe que polui as águas. Apesar de considerar que é mais grave não dar aproveitamento à pele de animal de consumo doméstico, a continuar a criar animais para alimentação e as peles formarem lixo.

Este é o discurso que se sustenta com a personalização e o máximo de emprego de desperdício com qualidade duradoura, e por isso – Moda Lenta – *Slow Fashion*, à semelhança dos recursos que se empregam no teatro, para fazer face ao dispêndio do roupeiro – um diálogo interartístico entre a moda e a personalização. Há necessidade de a pequenos passos, cada indivíduo, de algum modo, reeducar as práticas de vida, caminhar de encontro à *Slow Fashion*. Considere-se - a coexistência de todas as políticas na *Slow Fashion* - não têm que coexistir pra o serem, até porque, umas colidem com as outras. Não obstante, iniciar parte dessas práticas pela pertinência da sua utilização, com o avanço das políticas de sustentabilidade ambiental.

É notória uma maior preocupação de responsabilidade social, que se observa mais evidenciada nas camadas mais jovens, apesar de não haver dados quantitativos, há estudos no terreno, que o anunciam. Constata-se de igual modo, em grupos mais informados, transformações comportamentais e culturais, quiçá, a médio longo prazo, o consumismo exacerbado passe a ser, a "vergonha" social, à semelhança de outros comportamentos culturais, e.g. a proteção animal e ambiental. E, deste modo, pela raiz do problema, se chegue à real causa a combater, que se apresenta como sendo mais uma reforma comportamental e de reeducação social.

Senão vejamos – que sentido fará estar-se preocupado apenas com matérias biodegradáveis, como visa Eco Moda, se no entretanto, a produção em série de esses mesmos materiais irá repercutir a formação de lixo, apesar de menos gravoso. Como ainda, a questão da qualidade de vida dos produtores, aqui, opor-se-ia a Moda Ética, argumentam que - é muito bom ter produtos naturais como o algodão, a título de exemplo, mas por sua vez, os produtores de algodão vivem na precariedade.

A Moda *Vegan* defende que não se utilizem materiais de animais; ainda que se deva distinguir que tipo de animais - se os animais de criação doméstica continuam aí para consumo, que sentido fará que não se utilize a pele em substituição de plásticos não

biodegradáveis, se por sua vez se forma com ela mais lixo ainda. Considerando que esta é duradoura, e biodegradável, para além de ser um dos primeiros materiais a ser utilizados pelos humanos para cobrirem o corpo.

Como se expressa, será de toda a pertinência, efetivar um certo equilíbrio na prática da *Slow Fashion*, e ou, das políticas vigentes de proteção ambiental. A curto prazo, mais do que ser radical, será importante, que todas as ações procurem esse equilíbrio e assim – reunir o tecnicamente possível com o ecologicamente necessário, consolidar em círculo os diferentes âmbitos da produção ao consumo – da natureza para o humano, deste para a natureza.

Só respeitando todos os âmbitos sem posições radicais se torna possível responder às diferentes etapas porque passa a responsabilidade social. São várias as correntes na atualidade que visam a sustentabilidade ambiental, mas por vezes muito radicais. Parece por isso sensato manter o equilíbrio entre o passado, o presente, e o durante, de braços abertos para um futuro melhor. De modo que os princípios ecológicos não ignorem os princípios humanos, e vice-versa.

Uma economia em círculo – tudo regressa a ele, sem necessidade de extração contínua da natureza à semelhança da personalização – cria-se - transforma-se recupera-se o desperdício – reutiliza-se- nasce mão-de-obra.

E, porque já nasce um novo dia – Eu sou assim – pessoa de pequenos passos – ainda assim - chamam-me furacão, tão pouco coerente e imprevisível, até pareço fruto da natureza, como dizem meus irmãos – Não cresces, nunca! Não quero crescer.

Gosto das pessoas, entrego -me a elas – são o meu universo.

Como diz a Bruna:

– Beatriz Martins – "tens que ser mais egoísta"

Pois, não quero sê-lo

Observou o Fábio:

- Bia, conhece essa música? Quando ouço- lembro você!

Fábio, não conhecia, porque te lembras de mim?

– Porque você é essa metamorfose!

Letra

Prefiro ser essa metamorfose ambulante

Prefiro ser essa metamorfose ambulante

Do que ter aquela velha opinião formada sobre tudo

*Eu quero dizer agora o oposto do que eu disse antes
Prefiro ser essa metamorfose ambulante
Do que ter aquela velha opinião formada sobre tudo
Do que ter aquela velha opinião formada sobre tudo*

*Sobre o que é o amor
Sobre o que eu nem sei quem sou
Hoje eu sou estrela amanhã já se apagou
Se hoje eu te odeio amanhã lhe tenho amor
Lhe tenho amor
Lhe tenho horror
Lhe faço amor
Eu sou um ator*

*É chato chegar a um objetivo num instante
Eu quero viver essa metamorfose ambulante
Do que ter aquela velha opinião formada sobre tudo
Do que ter aquela velha opinião formada sobre tudo*

*Sobre o que é o amor
Sobre o que eu nem sei quem sou
Hoje eu sou estrela amanhã já se apagou
Se hoje eu te odeio amanhã lhe tenho amor*

*Lhe tenho amor
Lhe tenho horror
Lhe faço amor
Eu sou um ator*

*Eu vou lhes dizer aquilo tido que eu lhes disse antes
Prefiro ser essa metamorfose ambulante
Do que ter aquela velha opinião formada sobre tudo
Do que ter aquela velha opinião formada sobre tudo
Do que ter aquela velha opinião formada sobre tudo
Do que ter aquela velha opinião formada sobre tudo
Do que ter aquela velha opinião formada sobre tudo
Do que ter aquela velha opinião formada sobre tudo
Do que ter aquela velha opinião formada sobre tudo*

([Raul seixas- Metamorfose ambulante - YouTube](#))

E, sou assim, essa metamorfose - sou feliz assim, gosto de acreditar - chegam ao meu universo, tomam posse de mim, e de repente existem códigos na turma – inspirados em mim, se fosse uma pessoa grande, ficaria triste – mas gosto de ser

pequena, sou a filha caçula – "Rapa-tachos" – sempre acreditei até, que me vigiavam a fazê-lo – rapar os tachos do leite-creme.

Nas aulas:

- Bia? Não podes ser assim... A Italiana só porque está de Erasmus, ficou com a tua hora de atendimento com o Professor Leonardo? Não é justo, não fez o trabalho, ficou com o teu atendimento, e tem melhor nota que tu?

- Isso não é importante!

Em Melgaço:

O Márcio e a Rute fizeram-me uma cilada:

Apanharam-me desprevenida a dançar folclore na rua, e... a Rute a motivar-me a dança – eu acreditei que sim, ela queria dançar comigo, mas ... (estava ensaiada para me filmarem), mas acreditei! De repente, apareço na sua apresentação do trabalho – o Márcio fez uma nova composição musical – era uma artista de Guimarães.

Tanto há para dizer:

Maria: Bia anda à aula, está cá o Professor Albertino, demoras muito? Está muito nervoso...

Ludmila: Bia, você é a minha razão neste mestrado!

Débora: Bia tenho tantas saudades...

Ficamos com um código em Melgaço, não sei se me vão perdoar um dia – mas é tudo uma questão de - REPUTAÇÃO.

Pérolas ...Pérolas... mais pérolas....

Perdoem-me se me escapou alguém, no momento choro, não contenho as lágrimas, tenho tantas saudades

Sou assim – Prendo-me às pessoas....

E, está, pais,

Candidato-me a mestre... sabe-se que estais felizes, afinal não ficou por mãos alheias o percurso académico, não fiquei pela pasta e pela letra disforme - como reclamavas.

E, acreditem, na atualidade já há muitos Doutores, mestre está bem, era o título dos avós!

Desenho redesenhado pela autora



Imagem 92 – Desenho da autora – O pequeno Príncipe comigo

O desenho da autora havia sido feito para desfecho deste escrito, entretanto, e porque há pessoas que vêm conteúdos sem formas, houve necessidade de proceder a outra imagem, refez-se e regressou às origens.

Os embondeiros – Já cá estavam – "o sentimento de emergência"

A raposa – é claro – vivo "presa" aos outros.

O astrónomo "mal vestido" - Também já cá estava, tinha o telescópio, e a fórmula, que ninguém via.

Faltava o astrónomo que apresentou a fórmula - não está bem vestido – "isso é coisa de pessoas crescidas" mas apresentou a fórmula, para além de a batizar.

BIBLIOGRAFIA

Almeida, Alexandra, 2013 - "*Transformar a crise em oportunidade: desenvolvimento de uma organização criativa* -<http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/28659>
<http://hdl.handle.net/1822/28659> (consultado a 14 agosto de 2017)

Andrade, Pedro, 2017 – Comunicação Social Vol.31 – *Comunicação da arte pela investigação aberta: sobre políticas culturais, património, gestão e receção da inovação na arte*
revistacomsoc.pt/index.php/comsoc/article/download/2622/2531(consultado em julho de 2017)

Anciet, Anne; 2011 – *Ações na área da Moda - Em busca de um design sustentável*,
<http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/33978>, (consultado em junho de 2017)

Araújo, Mariana,2014 - *Marcas de Moda Sustentável: Critérios de Sustentabilidade e Ferramentas de Comunicação*,<http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/33978>
(consultado a 20 de maio de 2017)

Barthes, Roland,1967 *Sistema da Moda*- Título original – *Système de la mode*; Editions du Seuil

Bauman, Zygmunt, 2005 - *A Vida Fragmentada – Ensaios sobre a Moral Pós-Moderna* – Edit. - Relógio De Água

Becker, H.S., 1993 - - *Métodos de Pesquisa em Ciências Sociais*. São Paulo, Edit. Hucitec

Bourdieu, Pierre, Elsaute, 2002 ; Yvette. *A produção da crença - A produção da crença: Contribuição para uma economia de bens simbólicos*. Edit. São Paulo: Zouk

Bourdieu, Pierre, 1983 - *Alta cultura e a alta-costura em Questões de Sociologia*. Rio de Janeiro- Edit.Marco Zero. 1983. 154-161

Bourdieu, Pierre,1996 - *As Regras da Arte, Gênese e Estrutura Do Campo Literário* - São Paulo: Companhia das Letras

Bourdieu, *Pierre*, 2001 - *O PODER SIMBÓLICO* - Edit. Difel, Difusão Editorial Lisboa

Broega, Ana Cristina,2011 - *A Arte como ferramenta de criatividade no design de Moda sustentável* – VII Colóquio de Moda

Camargo, Gustavo, 2015 – *Um alfaiate no Palácio do Cadete – Histórias de Cicco, - O mestre das tesouras no país dos elegantes* – Edit. Estação das Letras e Cores

Chiti, Jorge Fernández,2003 - *Artesanía, Folklore y Arte Popular*. Buenos Aires: Ediciones Condorhuasi

Comte, Augusto; Positivismo; <http://www.revistas.usp.br/revhistoria/article/viewFile/34860/37598> – (consultado a 20 de julho de 2017)

Cunha, Luís Manuel Jesus, 1998 - "*O Tempo e os Homens*" (tese de Doutorado em Antropologia; Capítulo 2)

Debord,1967 - *A sociedade do espetáculo* - <http://www.ebooksbrasil.org/adobeebook/socespetaculo.pdf> (consultado a 20 de maio de 2017)

Dorfles,Gillo,1974 - *Oscilações do gosto – A arte de hoje entre a tecnocracia e o consumismo*. Edições Horizonte – Nota introdutória

Edelkoort,Li,2015-*Manifesto-anti-fashion-* <https://www.lilianpacce.com.br/moda/fashionteca/manifesto-anti-fashion-declara-a-moda-esta-obsolota> (consultado a 11 de junho de 2017)

Elias, Norbert, 1897-1990 - *t, E4ls Sobre o tempo* / Norbert Elias; editado por Michael Schröter; tradução, Vera Ribeiro; revisão técnica, Andréa Daher. — Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1998.Tradução de: *Über die Zeit*

FLETCHER, Kate-Biografia-<https://translate.google.pt/translate?hl=pt-PT&sl=en&u=http://katefletcher.com/profile/&prev=search> (consultado a 10 de maio de 2017)

Foucault, Michel, 1994 - *História da Sexualidade - A Vontade de Saber*, Lisboa, Relógio de Água.

Gama, Gabriela, Amaral, 2011 – *A Coerência da imagem da Marca : O Caso Gucci*.
[https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/29511/1/GG imagem de marca a gucci.pdf](https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/29511/1/GG%20imagem%20de%20marca%20gucci.pdf) - Consultado a 12 dezembro de 2016

Gama, Gabriela, 2012- *Lady Gaga um corpo além do corpo* – (Consultado em outubro de 2016) <https://repositorium.sdum.uminho.pt/browse?type=author&authority=1893>

Gama, Gabriela, e Kathia Castilho, 2013 - *Comunicação e Sociedade, vol. 24 - Nota introdutória: Discursos sobre a moda* -
<http://revistacomsoc.pt/index.php/comsoc/issue/view/134/showToc> (consultado a 10 de janeiro de 2017)

Gomes, Maria João, 2014 - XIX Seminário- *O local, O Global e o Transnacional na Produção Académica contemporânea*
[https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/31344/1/APEC2014 Publicado.pdf](https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/31344/1/APEC2014%20Publicado.pdf) - Consultado a 20 de julho de 2017)

Gonçalves Albertino (sociólogo) 2016 - <https://tendimag.com/tag/albertino-goncalves>
(Consultado em 12 de junho de 2017)

Gustavo Camargo, 2015 - in - *Um Alfaiate no Palácio do Cadete – Histórias de José Cicco; O Mestre das tesouras no país dos elegantes*; Estação das Letras e Cores Editora

Lipovetsky, Gilles, 1989 – *O império do Efémero* – Edit. Companhia das Letras

Lopes, Carolina, Gama, Vasconcelos 2011, *Homens: Os Novos Consumidores de Moda* -
<http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/21342> - (consultado a 10 de abril de 2017)

Machuco, António, 2013 – *Moda e Contemporaneidade-Comunicação e Sociedade; Vol.24*-<http://revistacomsoc.pt/index.php/comsoc/issue/view/134/showT>(consultado a 22 setembro de 2017)

Morais, Carla, Carvalho, Broega, 2011- *Metodologia de Eco Design no ciclo da Moda*
https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/21913/1/PeD_2012_CMoraisCBroegaCCarvalho_CB.pdf (consultado a 20 de setembro de 2017)

Mourão, José Augusto, 2002 - *Comunicação e sociedade – vol.4; 200 – Comunicação e imaginário* – Edit. Necs- Núcleo de Estudos de Comunicação e Sociedade - Braga

Maffessolii Michel, 2016 - http://www1.sp.senac.br/hotsites/blogs/revistaiara/wp-content/uploads/2015/01/09_IARA_vol3_n3_Artigo.pdf (consultado 10/10/2016)

Oliveira, Madalena, 2013- *Comunicação e Sociedade; Vol.24 – Vestir, seduzir e significar: da dimensão simbólica da moda às imagens eróticas contemporâneas*.p.148
<http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/33031>. (Consultado a 10 de setembro de 2017)

Ribeiro, Rita; 2012 - (socióloga, investigadora) “Globalização, diferenciação e nation branding: dos conceitos às etiquetas no calçado português” -
<https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/22727/1/Globaliza%C3%A7%C3%A3o%20diferencia%C3%A7%C3%A3o%20e%20nation%20branding.pdf> – (consultado a 12 de agosto de 2017)

Santos da Silva, 2011 - *VII Colóquio de Moda - A Arte como Ferramenta de Criatividade no Design de Moda Sustentavel Art as a tool of Creativity in Fashion*
https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/14930/1/Artigo%20-%20A%20Arte%20como%20Ferramenta%20de%20Criatividade%20no%20Design%20de%20Moda%20Sustentavel_Silva_C_Broega.pdf – (Consultado a 20 de setembro de 2017)

Siemmel, George, 1992 - *Philosophie de la modernité. Paris, Payot*
<http://revistaseletronicas.pucrs.br/fzva/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/3161> - (consultado a 12 de junho de 2017)

The–Contemporary–Significance–of–‘Pauperist’–Style
https://www.researchgate.net/publication/273589211_The_Contemporary_Significance_of_'Pauperist'_Style (consultado em dezembro de 2016)

Viana, Fausto e Rosane Muniz, 2012 - *Traje de Cena - Diário de Pesquisadores, orgs - São Paulo Estação das Letras das Cores*

Sites consultados :

[https://www.google.pt/webhp?sourceid=chrome-instant&ion=1&espv=2&ie=UTF-8#q=CONNERTON%2C+Paul+\(1999\)%2C+Como+as+Sociedades+Recordam%2C+Oeiras%2C+Celta+Editora.+FENTRESS%2C+James+%26+WICKAM%2C+Chris+\(1992\)%2C+Mem%C3%B3ria+Social%2C+Lisboa%2C+Editorial+Teorema](https://www.google.pt/webhp?sourceid=chrome-instant&ion=1&espv=2&ie=UTF-8#q=CONNERTON%2C+Paul+(1999)%2C+Como+as+Sociedades+Recordam%2C+Oeiras%2C+Celta+Editora.+FENTRESS%2C+James+%26+WICKAM%2C+Chris+(1992)%2C+Mem%C3%B3ria+Social%2C+Lisboa%2C+Editorial+Teorema)
(pesquisado a 03/10/2016).

<http://reviewslowliving.com.br/2014/09/24/o-que-e-o-slow-fashion/>-
(pesquisado a 29/10/2016).

[http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/29888/1/Revista_Comunicacao_e_Sociedade_24.pdf-\(MODA+E+CONTEMPORANEIDADE+FASHION+AND+CONTEMPORANEITY](http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/29888/1/Revista_Comunicacao_e_Sociedade_24.pdf-(MODA+E+CONTEMPORANEIDADE+FASHION+AND+CONTEMPORANEITY) (pesquisado a 30/10/2016).

<https://br.pinterest.com/pin/210191507587563625/>(Consultado a 11/02/2017).

http://www.guimaraesturismo.com/pages/140/?geo_article_id=1316 (Consultado a 17/02/2017)

<http://www.lux.iol.pt/nacional/moda/costureiro-do-porto-cria-vestido-de-noiva-inspirado-no-traje-de-viana> - (Consultado em março 2017)

<http://noticias.universia.pt/tempo-livre/noticia/2011/01/20/781252/marcaguimares-2012-capital-europeia-da-cultura-criada-antigo-aluno-da-universidade-aveiro.html> - (Consultado a 10/04/2017)

<http://namorarportugal.pt/loja> - (consultado a 15/04/2017) .

<http://www.cmjornal.pt/mais-cm/domingo/detalhe/lencos-voam-na-tap>
(Pesquisado a 25-04-2016)

<http://www.senado.gov.br/noticias/Jornal/> -rio em discussão/rio20/a-rio20/conferencia – (consultado em abril 2017)

<http://www.radiogeice.com/fm/2017/08/25/artista-fernanda-vilas-boas-recria-traje-de-viana-em-colecao-de-moda/> (Consultado agosto 2017)

<http://p3.publico.pt/vicios/espelho/2815/designer-portuguesa-cria-linha-de-moda-ecologica-> (consultado em agosto a 17/08/21017)

<https://www.circulareconomy.pt/single-post/2017/02/06/Recosturar-a-nossa-rela%C3%A7%C3%A3o-com-o-vestu%C3%A1rio> (visitado a 15/08/2017)

<http://tcheensino.pbworks.com/w/page/19696452/Preto-cor%20de%20luto> (consultado a 15/08/2017)

<https://extra.globo.com/noticias/educacao/educacao-360/sociologo-frances-michel-maffesoli-preve-era-dos-afetos-20174105.html> (pesquisado a 18/08/2017)

Tabela de imagens

Imagem 1 – Foto - manufaturada pela autora - Capeline efetuada de lixo de embrulhos de Natal. Para Sarau Cultural – O mundo de Sophia

Imagem 2 – Pintura da autora; 2016 – As origens

Imagem 3 – Desenho da autora -2017

Imagem 3 A – Imagem retirada do vídeo - <https://www.circulareconomy.pt/single-post/2017/03/27/A-Circular-Economy-Portugal> - (retirada a 30/10/2017)

Imagem 4 – Desenho da autora

Imagem 5 – Imagem da Capital Europeia da Cultura 2012 - Criada por antigo aluno da universidade de Aveiro -<http://noticias.universia.pt/tempo-livre/noticia/2011/01/20/781252/marca-guimares-2012-capital-europeia-da-cultura-criada-antigo-aluno-da-universidade-aveiro.html>

Imagem 6 /7/8 – Camisolas às joias peças inspiradas na Capital da Cultura – Artesanato –

<https://br.pinterest.com/pin/190980840425666433/?autologin=true>

Imagem 9 – Foto da autora – projeto "Remendos" – Lee Mingwei Capital da Cultura 2012 - <http://www.correiodominho.com/noticias.php?id=64978>

Imagem 10 /11 – Muralha do centro da cidade em Guimarães e Muralha contemporânea da Casa da Memória – <http://www.casadamemoria.pt/>

Imagem 12/13 – Casa da Memória – <http://www.casadamemoria.pt/>

Imagem 14 – Designers Marketing Moda Uminho - A Moda vai ao Mercado– 2016

Imagem 15 – Designers Uminho – Plataforma das Artes em Guimarães

Imagem 16 – Máscara em gesso – inspirada nos bordados tradicionais – site acima

Imagem 17 – Sapatilha linho – bordados dos namorados - <http://namorarportugal.pt/>

Imagem 18 - Carteiras com bordados dos namorados - <http://namorarportugal.pt/>

Imagem19-SapatodeNoivdelinhobordado

<https://www.casamentos.pt/acessorios-noivas/sapatos-namorar-portugal--e113458>

Imagem 20 /21 - <http://namorarportugal.pt/>

Imagem 22/23 - <http://namorarportugal.pt/>

Imagem 24/25 - <http://www.lux.iol.pt/nacional/moda/costureiro-do-porto-cria-vestido-de-noiva-inspirado-no-traje-de-viana> - Vestido de noiva confeccionado por costureiro do Porto, com inspiração Vianense

Imagem 26/27 - <http://www.radiogeice.com/fm/2017/08/25/artista-fernanda-vilas-boas-recria-traje-de-viana-em-colecao-de-moda>

- Imagem 28/29/30** – Foto do colégio de Vila Pouca – Figurinista recria- traje-de-viana-
-colecao-de-moda
- Imagem 31** – Foto e criação da autora
- Imagem 32** – Foto e criação da autora
- Imagem 33** – Foto e criação da autora
- Imagem 34** – Foto do colégio de Vila Pouca – Figurinista – a autora
- Imagem 35 /36**- Foto da autora – recriação de vestidos
- Imagem 37** - Foto do colégio de Vila Pouca – Figurinista – a autora
- Imagem 38** – Revista Bigger Magazine – Guimarães – notícia do teatro do colégio de Vila Pouca
- Imagem 39** – Foto e caracterizações da autora para a escola pública
- Imagem 40** - Foto do colégio de Vila Pouca – Figurinista – a autora
- Imagem 41** - Foto e caracterizações da autora – Carnaval com inspiração Veneziana
- Imagem 43** - Foto do colégio de Vila Pouca – Figurinista – a autora
- Imagem 44** - Foto e figurinista – a autora
- Imagem 45** - Foto e criação da autora – Vestido manufaturado com desperdício –
Inspiração secular
- Imagem 46** – Foto de responsável do DDE – Camara de Guimarães
- Imagem 47/48** - Foto da autora – recriação de vestido
- Imagem 49** - - Foto da autora – acessórios - criação
- Imagem 50/51** - Foto da autora – acessórios – criação
- Imagem 52** - Foto da autora – acessórios – criação
- Imagem 53** - Foto da autora – acessórios – criação
- Imagem 54/55** - Foto da autora – recriação de vestido
- Imagem 56/57** - - Foto da autora – recriação de vestido
- Imagem 58** - Foto da autora – recriação de vestido
- Imagem 59** – Ilustração de Ana Portugal – Sarau cultural – Contos de Sophia
- Imagem 60/61** – Foto Colégio N.S.C – Guimarães – Figurinista a autora - Contos de Sophia
- Imagem 62/63** - Foto Colégio N.S.C – Guimarães – Figurinista a autora - Contos de Sophia
- Imagem 64/65** - Foto Colégio N.S.C – Guimarães – Figurinista a autora - Contos de Sophia
- Imagem 66/67** - Foto Colégio N.S.C – Guimarães – Figurinista a autora - Contos de Sophia
- Imagem 68/69** – Foto Colégio N.S.C – Guimarães – Figurinista a autora - Contos de Sophia
- Imagem70** – Foto Colégio N.S.C – Guimarães – Figurinista a autora - Contos de Sophia
- Imagem 71** – Liceu Got Talent – Cláudia Moreira - 2016
- Imagem 72** – Liceu Got Talent - Eduardo Fortes - 2017
- Imagem 73** – Liceu Got Talent – Francisca - 2017
- Imagem 74** – Liceu Got Talent – Filipa Lima - 2017
- Imagem 75** – Liceu Got Talent – Guilherme Freitas - 2017
- Imagem 76** – Liceu Got Talent - Mafalda - 2017

Imagem 77 – Liceu Got Talent - Mariana - 2017

Imagem 78 – Liceu Got Talent - Sofia -2017

Imagem 79/80 – Intervenção Rute Fernandes – Mitos de Guimarães – Desfile Duas Caras

Imagem 81/82 – Intervenção Rute Fernandes – Mitos de Guimarães – Desfile Duas Caras

Imagem 83 – Intervenção Rute Fernandes – Mitos de Guimarães – Desfile Duas Caras

Imagem 84 – Intervenção Rute Fernandes – Mitos de Guimarães – Desfile Duas Caras

Imagem 85 – Intervenção Rute Fernandes – Mitos de Guimarães – Desfile Duas Caras

Imagem 86 – Intervenção Rute Fernandes – Mitos de Guimarães – Desfile Duas Caras

Imagem 87 – Intervenção Rute Fernandes – Mitos de Guimarães – Desfile Duas Caras

Imagem 88 – Intervenção Rute Fernandes – Mitos de Guimarães – Desfile Duas Caras

Imagem 89 – Intervenção Rute Fernandes – Mitos de Guimarães – Desfile Duas Caras

Imagem 90 – Intervenção Rute Fernandes – Mitos de Guimarães – Desfile Duas Caras

Imagem 91 - Intervenção Rute Fernandes – Mitos de Guimarães – Desfile Duas Caras

Imagem 92 – Desenho da autora – O pequeno Príncipe comigo

ANEXOS



Pode ser visualizado em:

<https://www.facebook.com/Escola-Secund%C3%A1ria-Martins-Sarmento-132637406805928/>

<https://www.youtube.com/watch?v=r6O8YYUHdxE&feature=youtu.be>

Emails para Intervenção:

Beatriz Martins <beatrizmartins.artes@gmail.com>

6/
0
3

para direccao

Boa tarde Sra.^a Dra. Manuela

Sou a formalizar a nossa conversa para que, se lhe torne possível o pedido de autorização aos encarregados de educação dos alunos que atuarão no Liceu Got Talent. Com o propósito de auxiliar na sua caracterização, como figurinista de vestuário/festa.

Imensamente agradecida,

Re: Intervenção de figurinista no Liceu Got Talent

Caixa de entrada x



Direcção ESMS <direccao@esmsarmento.pt>

15
/0
3

para mim

Bom dia, D. Beatriz,

Pode aparecer logo no ensaio e conversar com os alunos. Não enviei qualquer pedido aos pais por falta de tempo. Como já estamos muito em cima do acontecimento, pode vir hoje. Contudo, por favor, deixe bem claro que a intervenção é alheia à escola! Os Pais não podem vir depois pedir-nos contas.

Bom trabalho!
Manuela Machado

No dia 14 de março de 2017 às 13:13, Beatriz Martins <beatrizmartins.artes@gmail.com> escreveu:

Sra.Dr.^a Manuela Machado,

Para além de ser conhecida por muitos pais da Esc.João de Meira, cooperei em particular com o Prof.Sérgio de Religião e Moral no teatro, creio que será, conhecido pelos pais, de modo mais abrangente,

No dia 14 de março de 2017 às 11:40, Direção ESMS <direccao@esmsarmento.pt> escreveu:
Bom dia, D. Beatriz.

Recebi este mail, mas não recebi resposta ao anterior, em que solicito dados identificação da Senhora.

Fico novamente a aguardar.
Cumprimentos.
G. Manuela Machado

No dia 12 de março de 2017 às 21:02, Beatriz Martins <beatrizmartins.artes@gmail.com> escreveu:
Boa noite Sra. Professora Manuela,
Não sei se teve acesso ao meu email, assim se já terá obtido feedback dos pais face ao meu pedido de intervenção nos jovens que concorrem ao Got Talent.
Desculpe-me enviar novo email, (principalmente ao Domingo), é que tomei conhecimento de que um dos encarregados de educação não possui email.
A minha preocupação reside no fator tempo, que seria de toda a conveniência estar com os jovens esta quarta feira. Sem querer de algum modo pressionar, pergunto se já terei acesso a estar com eles neste próximo ensaio.
Imensamente agradecida

--
Beatriz Martins

Re: Intervenção como figurinista no Liceu Got Talent

Caixa de entrada x



Direção ESMS <direccao@esmsarmento.pt>

17
/0
3

para mim

Boa tarde.
Já encaminhei o pedido ao Prof. João.

Cptos.
Glória Machado

No dia 17 de março de 2017 às 12:51, Beatriz Martins <beatrizmartins.artes@gmail.com> escreveu:
Bom dia Sr.^a Professora Manuela Machado,
Reencaminho este email na possibilidade, de não ter visto, pedia o especial favor de o reencaminhar ao Sr. Professor Luis Miguel. Pedia ainda ao Sr. Professor o especial favor de divulgar a minha intervenção.
Imensamente agradecida,

No dia 15 de março de 2017 às 23:59, Beatriz Martins <beatrizmartins.artes@gmail.com> escreveu:

Boa noite Sr.^a Prof.^a Manuela Machado,
Tal como acordamos, estive com os jovens que se encontravam para o ensaio (ainda que poucos), fiz questão de lhes explicar a intervenção, e que não teriam qualquer custo.
Entretanto, o Sr. Professor Miguel, pediu-me os dados, para constar como colaboradora.

Beatriz Martins

Ao que respondi apenas Rasgos de Artes, (ao que o Professor Miguel respondeu, só?) é, claro, com toda a razão. No pressuposto da minha intervenção de pós graduação, talvez fosse de facto mais explícito, complementar a identificação. Considerando que não possuo o contacto do Professor Miguel, e ainda, para não vos perturbar mais, pedia o especial favor, se assim considerarem de colocarem então:

Primeiros passos de divulgação do conceito Slow Fashion em Portugal
Beatriz Martins - Rasgos de Artes - Vestuário festa, personalizado
Plataforma das artes e Criatividade, loja 012
Guimarães

Se não maçar muito, e considerando a má comunicação que tem ocorrido nos emails, pedia ainda, o especial favor de me confirmar a boa receção.
Imensamente agradecida,

--
Beatriz Martins

Cartaz – Anúncio de atividade na Plataforma das Artes e Criatividade em Guimarães



SLOW FASHION - MODA LENTA

- **PERSONALIZAÇÃO**
- **CRIAÇÃO**
- **TRANSFORMAÇÃO**
- **RECUPERAÇÃO**

**PERSONALIZAÇÃO AO PORMENOR DE TODOS OS EVENTOS
DA SUA VIDA, DE UM MODO ARTÍSTICO E PESSOAL**

917 000 925 | 936 562 316
beatrizmartins.artes@gmail.com



Flyer de participação – Mitos de Guimarães- "Duas Caras"Desfile – Duas caras – Duas frentes

1 Igreja de S. Miguel

Abertura do Espetáculo Performance

Texto: Rute Fernandes

Interpretação: Marlene Cardoso

Exposição de fotografia Leonardo Vilela, a partir da estória "Santa Margarida, a protetora das grávidas".

3 Extensão do Museu Alberto Sampaio

Performance Encenada por Patrícia Gonçalves e Zacarias Gomes, a partir da estória "Tabuas Vermelhas".

Dramaturgia: Zacarias Gomes

Interpretação: Marta Ferreira

2 Posto Turismo

Desfile de moda dos estilistas Beatriz Martins e Manuel Faria Rodrigues, a partir da estória "Duas Caras".

Apoio de maquilhagem e organização: Ana Portugal

Modelos: Cidália Carvalho, Cristiana Lima, Francisca Silva, Helena Cardoso, Marlene Cardoso, Rita Pinheiro

4 Museu Alberto Sampaio

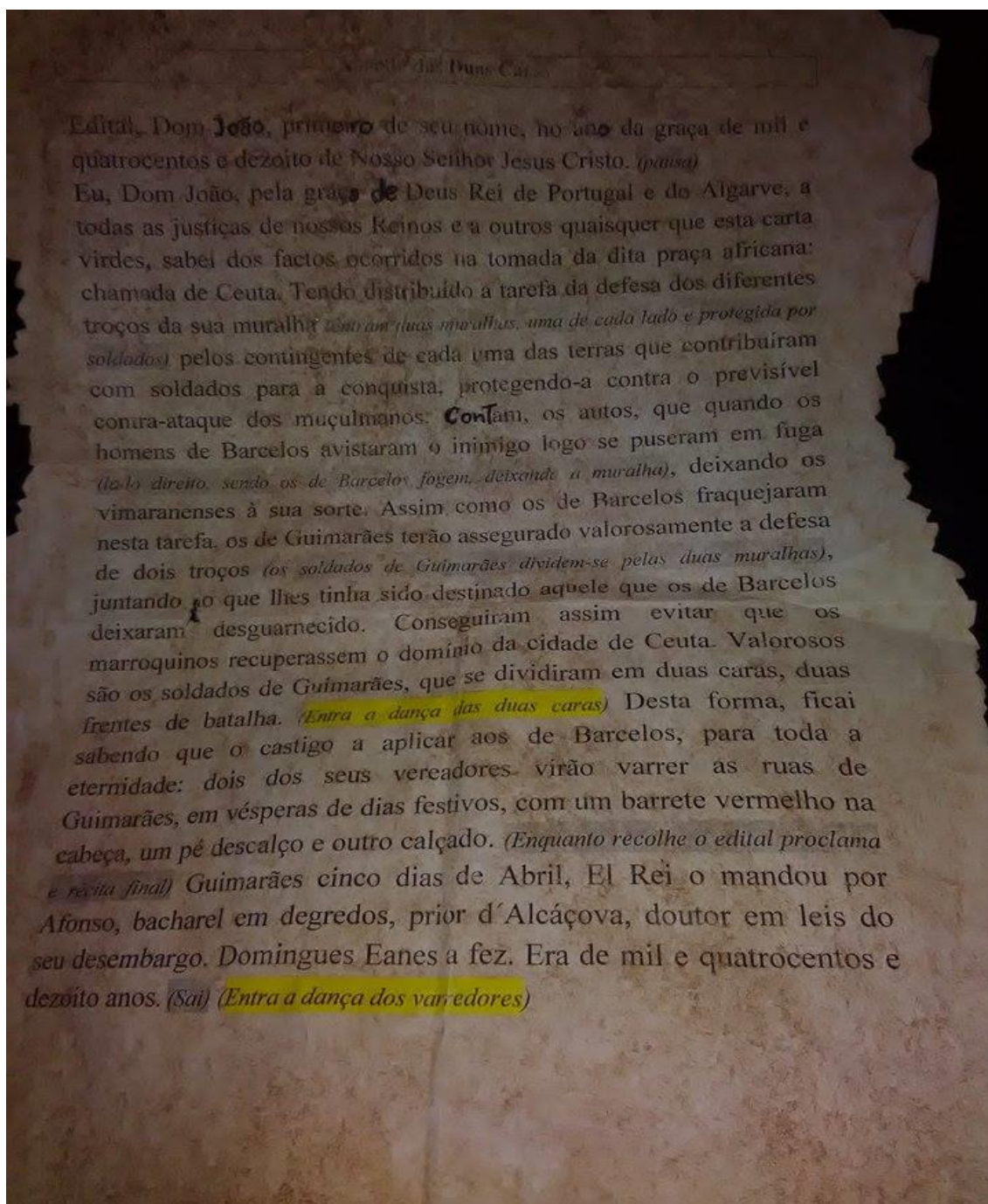
Performance encenada por Eva Ribeiro, a partir da estória "Árvore do Cavalinho".

Dramaturgia: Eva Ribeiro e Mariana Dixe

Interpretação: Carolina Veiga, Francisca Sarmiento, Mara Santos e Sílvia Fernandes.

Exposição de fotografia de Vitor Costa, a partir da estória "o Cutileiro."

Sentença adaptada para o desfile – Duas frentes – "Duas caras"



Texto – Beatriz Martins em cooperação com Sérgio Adam (teólogo-ator) – Teatro – adaptado ao desfile.

Sentença – Drama, adaptado à vontade dos Vimaraneses pela cobardia dos Barcelenses em deixarem-nos com duas frentes na conquista de Ceuta - 1415

Dom João, primeiro de sue nome, no ano da graça de mil e quatrocentos e dezoito de Nosso Senhor Jesus Cristo (pausa).

Eu, Dom João, pela graça de Deus, rei de Portugal e do Algarve, a todas as justiças de nossos reinos, e outros quaisquer que esta carta vir, sabei dos factos ocorridos, na tomada da dita praça africana: chamada de Ceuta. Tendo distribuído a tarefa da defesa dos diferentes troços da sua muralha pelos contingentes de cada uma das terras que contribuíram com saudades para a conquista, protegendo-a contra o previsível contra ataque dos muçulmanos. Contam os autos, que quando os homens de Barcelos avistaram o inimigo logo se puseram em fuga deixando os Vimaraneses à sua sorte.

Assim como os de Barcelos fraquejaram nesta tarefa, os de Guimarães terão assegurado valorosamente a defesa de dois troços, juntando no que lhes tinha sido destinado aquele que os de Barcelos deixaram desguarnecido. Conseguiram assim evitar que os marroquinos recuperassem o domínio da cidade de Ceuta.

Valorosos são os soldados de Guimarães, que se dividiram em duas caras, duas frentes de batalha. Esta forma, ficam sabendo que o castigo a aplicar aos de Barcelos, para toda a eternidade:

Dois dos seus vereadores virão varrer as ruas de Guimarães, em vésperas de dias festivos, com um barrete vermelho na cabeça, um pé descalço e outro calçado.

Guimarães, cinco dias de abril, El Rei o mandou por Afonso, bacharel em degredos, prior de Alcáçova, doutor em leis do seu desembargo.

Domingues Eanes Afez. Era de mil e quatrocentos e dezoito anos