



# ***FAST FASHION*** **VS.** ***SLOW FASHION:***

**Uma análise conducente ao  
*design* de uma *Capsule*  
*Collection***

**Mónica Filipa Coelho Machadinho**  
(Licenciada)

**Projeto elaborado para a obtenção do grau de mestre em Design de Moda**

**Prof.º Doutor Francisco Mário Ribeiro Silva**  
**AKA Mário Matos Ribeiro**  
(Orientador Científico)

**Prof.º Doutora Teresa Michele Maia dos**  
**Santos**  
(Presidente de Júri)

**Prof.º Doutora Maria José Meles Ferraz**  
**Sacchetti**  
(Vogal)

**DOCUMENTO DEFINITIVO**

**LISBOA. FA ULISBOA. DEZEMBRO DE 2018**





# ***FAST FASHION*** **VS.** ***SLOW FASHION:***

**Uma análise conducente ao  
*design* de uma *Capsule*  
*Collection***

**Mónica Filipa Coelho Machadinho  
(Licenciada)**

**Projeto elaborado para a obtenção do grau de mestre em Design de Moda**

**Prof.º Doutor Francisco Mário Ribeiro Silva  
AKA Mário Matos Ribeiro  
(Orientador Científico)**

**Prof.º Doutora Teresa Michele Maia dos  
Santos  
(Presidente de Júri)**

**Prof.º Doutora Maria José Meles Ferraz  
Sacchetti  
(Vogal)**

**DOCUMENTO DEFINITIVO**

**LISBOA, FA ULISBOA, DEZEMBRO DE 2018**

*AST FASHIONS L*

*WFASHION FAS*

*TFASHIONSLOW*

*FASHIONFASTFA*

*HIONSLOWFAS*

*IONFASTFASHI*

## **AGRADECIMENTOS**

Primeiramente, à minha mãe, por todo o amor e suporte que me proporcionou durante toda a minha vida. Obrigado, por todo o esforço, força e preocupação. És a pessoa mais importante e obrigado por estares sempre presente em todas as etapas da minha vida, especialmente nesta.

De seguida, ao meu namorado João que nunca desistiu e acreditou sempre em mim. Pela força que me deu, levantando-me sempre com um sorriso e uma palavra de conforto. Obrigado pelo teu amor incondicional.

A todos os meus amigos que me ajudaram a conseguir ultrapassar esta fase da melhor forma possível, sempre com a vossa amizade e companheirismo. Obrigado a vocês, Filipa e Inês, pela vossa amizade e companheirismo.

Agradeço também aos meus colegas e professores, por se terem cruzado neste percurso.

Agradeço principalmente ao Professor Mário Ribeiro, pela orientação, tempo e esforço dedicado ao longo deste processo.

Agradeço também à histórica loja Frazão, pelo tempo dedicado à procura do tecido perfeito.

Obrigado.

*Fast Fashion VS. Slow Fashion*

## RESUMO

**Título:**  
*Fast Fashion VS. Slow Fashion: Uma análise conducente ao design de uma Capsule Collection*

**Nome:**  
Mónica Filipa Coelho Machadinho

**Orientador Científico:**  
Professor Doutor Francisco Mário Ribeiro Silva  
A.K.A Mário Matos Ribeiro

Mestrado em  
Design de Moda

Lisboa, Dezembro de 2018

A presente dissertação, de cariz teórico-prático, insere-se no âmbito do Design de Moda, particularmente na observação dos novos comportamentos do mercado e das novas tendências de consumo, resultantes do atual processo de globalização decorrente da 3ª Revolução Industrial.

A partir de revisão de literatura relevante, este estudo pretende analisar a evolução da globalização e o seu impacto junto dos consumidores.

Os antagónicos movimentos de *Fast Fashion* e *Slow Fashion*, assumem particular importância no contexto da indústria da Moda, e exprimem diferentes valores estéticos, culturais e sociais que proporcionam diferentes visões no pensamento e vivência dos consumidores, estabelecendo conexões entre as consequências geradas por ambos os movimentos.

Através de uma análise SWOT, a presente investigação procura obter uma mais correcta identificação dos valores de cada um destes dois sistemas, fundamentais para a compreensão de uma moda mais consciencializada e justa.

Com base nos princípios da *Slow Fashion*, que valorizam não só as questões da ética e sustentabilidade mas, e sobretudo, a valorização das habilidades tácteis dos artesãos populares portugueses, surge o levantamento das principais técnicas e desenhos utilizados na elaboração do tradicional “Bordado de Viana”, que servirá de suporte à coleção desenvolvida.

## PALAVRAS-CHAVE

*Fast Fashion*, Consumo, *Slow Fashion*, Cultura Tradicional Portuguesa, Bordado de Viana do Castelo



## **ABSTRACT**

Title:  
*Fast Fashion VS. Slow Fashion: An analysis leading  
to the design of a Capsule Collection*

Name:  
*Mónica Filipa Coelho Machadinho*

Main Advisor:  
*Professor Doutor Francisco Mário Ribeiro Silva  
A.K.A Mário Matos Ribeiro*

*Master in Fashion Design*

*Lisbon, December 2018*

*This essay, of a theoretical and practical nature, is aimed at the observation of new behaviors in markets as well as the new trends of consumption, resulting from the ongoing process of globalization of the Third Industrial Revolution.*

*Starting with the consulting of relevant literature, this research intends to analysis the evolution of the globalization, and the impact on consumers.*

*The antagonistic movements of Fast Fashion and Slow Fashion which are particularly important in the Fashion industry, and express different aesthetical, cultural, and social values that allow us new insights into the thinking and background of consumers, establishing connections between the consequences that arose from these movements.*

*Through a SWOT analysis, the present investigation attempt to obtain a more accurate identification of the values of each of the two systems, which is fundamental in the understanding of a more aware and fair fashion.*

*Based on the principles of Slow Fashion, which hold in high regard not only matters of ethics and sustainability but, first and foremost, the valuing of the labor skills of popular Portuguese artisans, comes up the main techniques and designs used in the production of the traditional “Bordado de Viana” were studied, and served as inspiration for the collection that will be developed.*

## **KEYWORDS**

*Fast Fashion, Consumption, Slow Fashion, Traditional Portuguese Culture, Viana do Castelo embroidery.*



## **LISTAGEM DE ACRÓNIMOS E ABREVIATURAS**

**EUA** - Estados Unidos da América;

**FAUL** - Faculdade de Arquitetura da Universidade de Lisboa;

**FIG** - Figura;

**KOF** - KOF índice da globalização;

**ONU** - Organização das Nações Unidas;



## GLOSSÁRIO

### A

**Arts and crafts** - Movimento que surgiu na Inglaterra que defendia o artesanato como alternativa à mecanização e à produção em massa;

### C

**Capsule collection** - Cápsula de uma coleção;

**Craft** - Actividade que envolve a habilidade de confeccionar produtos à mão;

### E

**Eco-friendly** - Termos referentes à sustentabilidade que promovem bens e serviços, de modo a minimizar os danos que possam prejudicar o meio ambiente;

**Ethical fashion initiative** - Iniciativa que constrói uma indústria da moda mais responsável, minimizando o seu impacto sobre a sociedade e meio ambiente;

### F

**Factory system** - Método de fabricação que utiliza máquinas para concretizar uma produção em massa;

**Fast fashion** - Abordagem ao design e criação da moda que enfatiza a disponibilização rápida e barata das tendências de moda;

**Fast food** - Termo genérico dado ao consumo de comidas preparadas e servidas num curto espaço de tempo;

**Flying Shuttle** - Tecelão que tecia tecidos muito largos. Caracteriza-se como sendo um dos principais desenvolvimentos na industrialização da tecelagem durante a primeira Revolução Industrial.

### H

**Handicraft** - Actividade artesanal executada manualmente;

**Haute couture** - Criação de roupa por medida executadas à mão feitas com materiais de topo;

**High end** - Produto caro e de boa qualidade;

### K

**KOF Index of globalization** - Índice que mede as dimensões económicas, sociais e políticas da globalização;

**Know-how** - Conhecimento prático de saber fazer alguma coisa;

### L

**Low-Cost** - Relativamente barato;

**P**

**Power loom** - Tear mecanizado, muito importante nos principais desenvolvimentos na industrialização da tecelagem durante a primeira Revolução Industrial;

**S**

**Slow fashion** - Movimento que representa uma visão de sustentabilidade no setor da moda. Projecta e cria roupas com qualidade e longevidade, estimulando uma produção mais lenta com salários justos e zero desperdício;

**Slow food** - Organização que promove uma maior apreciação e qualidade de comida;

**Sourcing** - Processo em encontrar fornecedores de bens ou serviços;

**Spinning Jenny** - Máquina de fiar hidráulica com multi-fusos, que acabou por ser um dos principais desenvolvimentos na industrialização da tecelagem durante a primeira Revolução Industrial;

**Stakeholders** - Pessoa com especial interesse ou preocupação num negócio;

**Standart** - Um nível de qualidade;

**STRAUSS** - Adorno brilhante que pode ser aplicado em diversas superfícies,

**T**

**Triple bottom line** - Tripé da sustentabilidade que mede o grau de responsabilidade social e ambiental de uma empresa.

**W**

**Water Frame** - Estrutura de fição movida a água, projetada para a produção de fios de algodão, capaz de girar 128 fios numa só vez, tornando a produção mais rápida e fácil.





Fig. 2 Paolo Musa, *Backstage MSGM AW14*, 2014.

## ÍNDICE

I	AGRADECIMENTOS	V
III	RESUMO	VII
III	PALAVRAS-CHAVE	VII
V	<i>ABSTRACT</i>	IX
V	KEYWORDS	IX
VII	LISTA DE ACRÓNIMOS E ABREVIATURAS	XI
IX	GLOSSÁRIO	XIII
XV	ÍNDICE DE FIGURAS	XXI

<b>1. INTRODUÇÃO</b>	1
<b>1.1. Âmbito da investigação</b>	3
<b>1.2. Organização da dissertação</b>	4
<b>1.3. Pertinência do tema</b>	6
<b>1.4. Questões de investigação</b>	7
<b>1.5. Objectivos</b>	8
<b>1.5.1. Objectivos gerais</b>	8
<b>1.5.2. Objectivos específicos</b>	8
<b>1.6. Benefícios da investigação</b>	9
<b>1.7. Metodologias de investigação</b>	10
<b>2. GLOBALIZAÇÃO</b>	13
<b>2.1. Revolução Industrial</b>	15
<b>2.1.1. Revoluções Industriais</b>	15
<b>2.1.1.1. Primeira Revolução Industrial</b>	15
<b>2.1.1.2. Segunda Revolução Industrial</b>	20
<b>2.1.1.3. Terceira Revolução Industrial</b>	27
<b>2.1.1.4. Quarta Revolução Industrial</b>	33

<b>3. FAST FASHION vs. SLOW FASHION</b>	<b>39</b>
<b>3.1. Fast Fashion</b>	<b>41</b>
<b>3.2. Desenvolvimento sustentável</b>	<b>50</b>
<b>3.2.1. Sistema circular</b>	<b>57</b>
<b>3.3. Slow Fashion</b>	<b>61</b>
<b>3.4. Análise SWOT - Introdução</b>	<b>66</b>
<b>3.4.1. Análise dos objetivos internos e externos</b>	<b>68</b>
<b>3.4.1.1. Fast Fashion</b>	<b>68</b>
<b>3.4.1.2. Slow Fashion</b>	<b>70</b>
<b>4. PROJETO FINAL</b>	<b>75</b>
<b>4.1. Crafts</b>	<b>77</b>
<b>4.1.1. Movimento Arts and Crafts</b>	<b>78</b>
<b>4.1.2. A relação do artesanato e arte popular</b>	<b>82</b>
<b>4.1.2.1. O bordado</b>	<b>84</b>
<b>4.1.3. Traje Regional português</b>	<b>88</b>
<b>4.1.3.1. O traje de Viana do Castelo</b>	<b>93</b>
<b>4.1.4. O bordado de Viana do Castelo</b>	<b>96</b>
<b>4.1.4.1. Pontos e Motivos</b>	<b>98</b>
<b>4.1.4.2. Elementos e Composições de ligação</b>	<b>104</b>
<b>4.2. Coleção</b>	<b>109</b>
<b>4.2.1. Projeto Final - Introdução</b>	<b>110</b>
<b>4.2.1.2. Conceito</b>	<b>111</b>
<b>4.2.1.3. Cores e materiais</b>	<b>113</b>
<b>4.2.1.4. Line Up</b>	<b>116-117</b>
<b>4.2.2. Look 1</b>	<b>120</b>
<b>4.2.2.1. Descrição do look 1</b>	<b>121</b>
<b>4.2.3. Look 2</b>	<b>126</b>
<b>4.2.2.1. Descrição do look 2</b>	<b>127</b>

<b>4.2.4.</b> Look 3	130
<b>4.2.2.1.</b> Descrição do look 3	131
<b>4.2.5.</b> Look 4	133
<b>4.2.2.1.</b> Descrição do look 4	134
<b>4.2.6.</b> Look 5	138
<b>4.2.2.1.</b> Descrição do look 5	139
<b>4.2.7.</b> Look 6	142
<b>4.2.2.1.</b> Descrição do look 6	143
<b>4.2.8.</b> Look 7	145
<b>4.2.2.1.</b> Descrição do look 7	146
<b>4.2.9.</b> Look 8	150
<b>4.2.2.1.</b> Descrição do look 8	151
<b>4.2.10.</b> Look 9	156
<b>4.2.2.1.</b> Descrição do look 9	157
<b>4.2.11.</b> Look 10	162
<b>4.2.2.1.</b> Descrição do look 10	163
<b>4.2.12.</b> Look 11	166
<b>4.2.2.1.</b> Descrição do look 11	167
<b>4.2.13.</b> Look 12	169
<b>4.2.2.1.</b> Descrição do look 12	170
<b>5. CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	175
<b>5.1.</b> Conclusões	177
<b>5.2.</b> Recomendações para futuras investigações	181
<b>5.3.</b> Disseminação	182
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS E BIBLIOGRAFIA</b>	185
Referências Bibliográficas	186
Bibliografia	197



Fig. 3 Lilie Eiger, *Backstage Rodarte SS17, 2017.*

## ÍNDICE DE FIGURAS

Fig. 1. Paolo Musa, <i>Backstage MSGM AW14</i> , (2014). Disponível em: <a href="http://www.dazeddigital.com/fashion/gallery/17489/13/msgm-aw14">http://www.dazeddigital.com/fashion/gallery/17489/13/msgm-aw14</a>	X
Fig. 2. Paolo Musa, <i>Backstage MSGM AW14</i> , (2014). Disponível em: <a href="http://www.dazeddigital.com/fashion/gallery/17489/0/msgm-aw14">http://www.dazeddigital.com/fashion/gallery/17489/0/msgm-aw14</a>	XVI
Fig. 3. Lilie Eiger, <i>Backstage Rodarte SS17</i> , (2017). Disponível em: <a href="http://www.dazeddigital.com/fashion/gallery/22692/5/rodarte-ss17">http://www.dazeddigital.com/fashion/gallery/22692/5/rodarte-ss17</a>	XX
Fig. 4. Nina Westervely, <i>Rodarte SS17 details</i> , (2017). Disponível em: <a href="https://www.instagram.com/p/BKTVs8kjqj/?taken-by=rodarte">https://www.instagram.com/p/BKTVs8kjqj/?taken-by=rodarte</a>	XXIII
Fig. 5. Sem autor, <i>Fashion History: Mass Market</i> (sem data) Disponível em: <a href="https://medium.com/@namanpalsingh/fashion-history-mass-market-4698bea668b5">https://medium.com/@namanpalsingh/fashion-history-mass-market-4698bea668b5</a>	15
Fig. 6. Sem autor, <i>James Watt's prototype steam engine "Old Bess"</i> , (1778). Disponível em: <a href="https://www.art.co.uk/products/p34959969469-sa-i9375164/james-watt-s-prototype-steam-engine-old-bess-c1778.htm">https://www.art.co.uk/products/p34959969469-sa-i9375164/james-watt-s-prototype-steam-engine-old-bess-c1778.htm</a>	16
Fig. 7. Sem autor, <i>Spinning Jenny - James Hargreaves</i> , (sem data). Disponível em: <a href="https://sincetheblog.files.wordpress.com/2012/10/spinning-jenny-26.png">https://sincetheblog.files.wordpress.com/2012/10/spinning-jenny-26.png</a>	17
Fig. 8. Sem autor, <i>Flying Shuttle - John Kay</i> , (sem data). Disponível em: <a href="https://www.timetoast.com/timelines/timeline-activity-651082af-00cf-4ccc-b540-927d37b2ac6e">https://www.timetoast.com/timelines/timeline-activity-651082af-00cf-4ccc-b540-927d37b2ac6e</a>	17
Fig. 9. Alamy Stock Photo, <i>Women workers working in clothing factory</i> , (1960). Disponível em: <a href="http://www.alamy.com/stock-photo-women-workers-working-in-clothing-factory-1960s-britain-rag-trade-97771203.html">http://www.alamy.com/stock-photo-women-workers-working-in-clothing-factory-1960s-britain-rag-trade-97771203.html</a>	18
Fig. 10. The Kheel center, <i>A garment factory in the U.S.</i> , (1964). Disponível em: <a href="https://www.seattleglobalist.com/stitched-indonesia-clothing-16272">https://www.seattleglobalist.com/stitched-indonesia-clothing-16272</a> .	19
Fig. 11. William England, <i>Western Railway</i> , (sem data). Disponível em: <a href="http://www.bbc.com/travel/story/20110727-the-golden-age-of-train-travel">http://www.bbc.com/travel/story/20110727-the-golden-age-of-train-travel</a>	20
Fig. 12. University of Waterloo, <i>KOF index of Globalization Worldwide</i> , (2011). Disponível em: <a href="https://impactofinformationsystemsonociety.wordpress.com/2011/01/14/week-3-technology-and-globalisation/">https://impactofinformationsystemsonociety.wordpress.com/2011/01/14/week-3-technology-and-globalisation/</a>	22
Fig. 13. Elle, <i>Elle Canada Magazine</i> , (2014). Disponível em: <a href="https://www.magazines.com/elle-canada-magazine.html?utm_content=415770.60654178.15&amp;utm_medium=affiliates&amp;utm_source=kP3mWT19XNM&amp;siteID=kP3mWT19XNM-2MatSRNaipXZxP9zSAMwcA&amp;LSNSUBSITE=Omitted_kP3mWT19XNM#tab1">https://www.magazines.com/elle-canada-magazine.html?utm_content=415770.60654178.15&amp;utm_medium=affiliates&amp;utm_source=kP3mWT19XNM&amp;siteID=kP3mWT19XNM-2MatSRNaipXZxP9zSAMwcA&amp;LSNSUBSITE=Omitted_kP3mWT19XNM#tab1</a>	24
Fig. 14. Vogue, <i>Fashion Shows</i> , (sem data). Disponível em: <a href="https://www.vogue.com/fashion-shows">https://www.vogue.com/fashion-shows</a>	25

## *Fast Fashion VS. Slow Fashion*

- Fig. 15. George Berzgal, *Fast Fashion: how to keep up with the new ecommerce trend*, (2015). Disponível em: <https://econsultancy.com/fast-fashion-how-to-keep-up-with-the-new-ecommerce-trend/> 27
- Fig. 16. Sheela Christyn, *What I´ve got in Istanbul - Haul*, (2018). Disponível em: <https://sheelachristyn.com/what-ive-got-in-istanbul-haul/> 27
- Fig. 17. John Henderson, *Black Friday*, (2010). Disponível em: <https://thehustle.co/17-of-black-friday-deals-cost-more-than-amazon> 29
- Fig. 18. Thomas 8047, *Happy shoppers walk past a sale sign in Zurich*, (2017). Disponível em: <https://www.eco-business.com/opinion/read-this-before-you-go-sales-shopping-the-environmental-costs-of-fast-fashion/> 31
- Fig. 19. Elsa Urquijo Architects, *Zara*, (2017). Disponível em: <https://retaildesignblog.net/2014/10/02/zara-store-by-elsa-urquijo-architects-hong-kong/> 31
- Fig. 20. Barbara Kruger, *I shop therefore I am*, (1987). Disponível em: [http://www.spruethmagers.com/artists/barbara\\_kruger@@viewq42](http://www.spruethmagers.com/artists/barbara_kruger@@viewq42) 32
- Fig. 21. Reply, *Diagrama: Reply Industrie 4.0 Landscape*, (2017). Disponível em: <https://www.reply.com/en/topics/industrie-4-0/> 34
- Fig. 22. Janomot24, *The scale of child slavery in India*, (2016). Disponível em: <http://www.thefashionlaw.com/home/the-scale-of-child-slavery-in-indias-spinning-mills-is-shocking> 43
- Fig. 23. Mandegar, *Fashion industry*, (sem data). Disponível em: <http://mandegar.info/?l=Fashion+industry++Britannicacom> 44
- Fig. 24. Andrew Morgan, *The true cost*, (2015). Disponível em: <https://truecostmovie.com/> 44
- Fig. 25. Sem autor, *Fashion Victims*, (2015). Disponível em: <https://revistacodigo.com/disenho/5-problemas-que-la-sociedad-adolesce-por-el-fast-fashion/> 45
- Fig. 26. (1) Michal Pudelka, *H&M Erdem New Fall collection*, (2017). (2) Michal Pudelka, *H&M Erdem New Fall collection*, (2017). (3) Michal Pudelka, *H&M Erdem New Fall collection*, (2017). (4) H&M, *H&M Erdem New Fall collection*, (2017). Disponível em: <https://www.harpersbazaar.com/uk/fashion/fashion-news/g12835062/erdem-for-handm-full-collection/> 47
- Fig. 27. (1) @Rosa H, *FASHIONCLONES*, (2018). (2) @Rosa H, *FASHIONCLONES*, (2018). (3) @Rosa H, *FASHIONCLONES*, (2018). (4) @Rosa H, *FASHIONCLONES*, (2018). Disponível em: [https://www.instagram.com/rosa\\_h\\_ff/](https://www.instagram.com/rosa_h_ff/) 48
- Fig. 28. Sem autor, *Diagrama: Elkington´s Triple bottom of line*, (sem data). Disponível em: <https://ethicalhour.co.uk/social-enterprise/> 50

- Fig. 29.** (1) Louis Nderi, *Vivienne Westwood and Ethical Fashion Initiative*, (2011); (2) Louis Nderi, *Vivienne Westwood and Ethical Fashion Initiative*, (2011); (3) Louis Nderi, *Vivienne Westwood and Ethical Fashion Initiative*, (2011); (4) Louis Nderi, *Vivienne Westwood and Ethical Fashion Initiative*, (2011). Disponível em: <http://ethicalfashioninitiative.org/partners/vivienne-westwood/> **52**
- Fig. 30.** Louis Nderi, *EDUN and Ethical Fashion Initiative*, (2017). Disponível em: <http://ethicalfashioninitiative.org/partners/edun/> **53**
- Fig. 31.** Natrot, *Green eco energy concept*, (sem data). Disponível em: <https://www.shutterstock.com/pt/image-photo/recycling-arrows-made-green-leaf-woman-186595721> **54**
- Fig. 32.** NL Consulate Isntabul, *Diagrama: Moving towards a circular economy*, (2017). Disponível em: <https://twitter.com/search?q=Environmental%20awareness%20and%20%23recycling%20plays%20an%20important%20role%20in%20this%20year%27s%20programme!&src=typd> **57**
- Fig. 33.** Sem autor, *The weaver from Tenganan*, (sem data). Disponível em: <https://www.pinterest.pt/pin/31947478578264458/?lp=true> **57**
- Fig. 34.** Knowledge transfer network, *Circular economy*, (2016). Disponível em: <https://www.nature.com/news/the-circular-economy-1.19594?curator=MediaREDEF> **58**
- Fig. 35.** Fashion Revolution, *Who made your clothes* (2013). Disponível em: <https://www.unifor.br/web/pos-graduacao/-/pos-unifor-recebe-o-evento-da-semana-fashion-revolution> **60**
- Fig. 36.** Sem autor, *America Recycle day*, (2017). Disponível em: <https://3blmedia.com/News/HM-Wants-Your-Help-Keep-America-Beautiful> **62**
- Fig. 37.** Lidewij Edelkoort, *Manifesto Anti-Fashion*, (2015). Disponível em: <http://www.edelkoort.com/shopping/sample-product/manifesto-by-lidewij-edelkoort/> **64**
- Fig. 38.** Sophie Carre, *Les étapes de la conception de la robe plissé du défilé Dior haute couture*, (2018). Disponível em: [https://m.vogue.fr/mode/inspirations/diaporama/robe-plissee-du-defile-printemps-ete-2018-dior-haute-couture-shanghai/50015?utm\\_source=NL\\_Quotidienne&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=20180404&cID=d83f385df850033e8e4f92acc9b791f721be36b8555738e624078a2ed3608f71&\\_op=eyJndWkljoiZjk5ZWE2NjEzNDhINDkzZTFmMDUyNTA3MmNiNjIxOGEifQ%3D%3D#les-etapes-de-la-conception-de-la-robe-plisse-du-defile-dior-haute-couture](https://m.vogue.fr/mode/inspirations/diaporama/robe-plissee-du-defile-printemps-ete-2018-dior-haute-couture-shanghai/50015?utm_source=NL_Quotidienne&utm_medium=email&utm_campaign=20180404&cID=d83f385df850033e8e4f92acc9b791f721be36b8555738e624078a2ed3608f71&_op=eyJndWkljoiZjk5ZWE2NjEzNDhINDkzZTFmMDUyNTA3MmNiNjIxOGEifQ%3D%3D#les-etapes-de-la-conception-de-la-robe-plisse-du-defile-dior-haute-couture) **65**
- Fig. 39.** Autora, *Análise SWOT*, (2018). Autoria da autora **67**
- Fig. 40.** Autora, *Factores internos e externos do Fast Fashion*, (2018). Autoria da autora **69**
- Fig. 41.** Autora, *Factores internos e externos do Slow Fashion*, (2018). Autoria da autora **71**

## *Fast Fashion VS. Slow Fashion*

- Fig. 42. Richard Sennet, *The craftsman*, (2008).** Disponível em: [https://www.goodreads.com/book/show/1931426.The\\_Craftsman](https://www.goodreads.com/book/show/1931426.The_Craftsman) **77**
- Fig. 43. William Morris, *Flora and Foliage Design Art Print*, (sem data).** Disponível em: <https://www.pinterest.pt/pin/437201076307571314/?lp=true> **79**
- Fig. 44. Barbara Brackman, *Shop of the Wiener Werkstatte*, (1920).** Disponível em: <http://barbarabrackman.blogspot.com/2011/03/modernism-quilts-wiener-werkstatte.html> **80**
- Fig. 45. Wiener Werkstatte, *Fuchsie*, (1930).** Disponível em: [https://austria-forum.org/af/Bilder\\_und\\_Videos/Historische\\_Bilder\\_IMAGNO/Wiener\\_Werkst%C3%A4tte/00125703](https://austria-forum.org/af/Bilder_und_Videos/Historische_Bilder_IMAGNO/Wiener_Werkst%C3%A4tte/00125703) **81**
- Fig. 46. Sem autor, *Cestaria tradicional*, (sem data).** Disponível em: <https://www.tradicaoportuguesa.pt/cestaria-tradicional/> **83**
- Fig. 47. Sem autor, *Bordado da madeira*, (sem data).** Disponível em: <https://jornaleconomico.sapo.pt/noticias/bordado-madeira-vai-passar-a-ser-promovido-por-fundacao-internacional-230744> **83**
- Fig. 48. Alamy, *Roger II da Sicília*, (1133-1134).** Disponível em: <https://www.alamy.pt/o-manto-da-coroacao-do-rei-normando-roger-ii-da-sicilia-bordados-seda-e-perolas-royal-workshop-palermo-italia-arvore-da-vida-no-centro-os-leoes-matando-camelos-em-ambos-os-lados-kufic-inscricao-perto-da-fronteira-1133-1134-inv-xiii-14-ver-30-01-02-15-18-local-museu-schatzkammer-viena-austria-image207023653.html> **84**
- Fig. 49. Talbot Hughes, *A nun embroidering Fabric*, (1869-1942).** Disponível em: <https://www.pinterest.pt/pin/479703797791365498/?lp=true> **85**
- Fig. 50. Sem autor, *Pescadores da Murtosa - Beira Litoral*, (sem data).** Disponível em: <http://trajesdeportugal.blogspot.com/2008/10/pescadores-da-murtosa-beira-litoral.html> **88**
- Fig. 51. Sem autor, *Folklorique Portugais Minho*, (sem data).** Disponível em: <http://www.sendflowers4.info/folklorique-portugais-minho-69194d7/> **88**
- Fig. 52. Sem autor, *Minho folklorica*, (2008).** Disponível em: [https://www.flickr.com/photos/kaja\\_a/2466114980/in/faves-josembarvalho/](https://www.flickr.com/photos/kaja_a/2466114980/in/faves-josembarvalho/) **90**
- Fig. 53. Sem autor, *Portugal Folk dance*, (sem data).** Disponível em: <https://br.pinterest.com/pin/550213279462422204/> **91**
- Fig. 54. Photobucket, *Traje à Lavradeira*, (sem data).** Disponível em: <http://photobucket.com/gallery/http://s450.photobucket.com/user/princesadolima/media/lavradeira.jpg.html> **92**
- Fig. 55. Sem autor, *Viana do Castelo: Cartaz da Romaria da Agonia*, (2017).** Disponível em: <http://www.radiogeice.com/fm/2017/06/09/este-e-o-cartaz-da-romaria-da-senhora-da-agonia-2017/> **93**

<b>Fig. 56.</b> Rui Cravalho, Fundação Sntoinho, Fernando Rei, Traje à Vianesa, (2016). Disponível em: <a href="http://www.aderecertifica.pt/assets/produtos-certificados/traje-a-vianesa/traje_a_vianesa_ed1.pdf">http://www.aderecertifica.pt/assets/produtos-certificados/traje-a-vianesa/traje_a_vianesa_ed1.pdf</a>	<b>94</b>
<b>Fig. 57.</b> Rui Cravalho, Fundação Sntoinho, Fernando Rei, Traje à Vianesa, (2016). Disponível em: <a href="http://www.aderecertifica.pt/assets/produtos-certificados/traje-a-vianesa/traje_a_vianesa_ed1.pdf">http://www.aderecertifica.pt/assets/produtos-certificados/traje-a-vianesa/traje_a_vianesa_ed1.pdf</a>	<b>96</b>
<b>Fig. 58.</b> Sem autor, Colete do traje à Vianesa de festa, (sem data). Disponível em: <a href="http://www.patrimoniocultural.gov.pt/pt/museus-e-monumentos/rede-portuguesa/m/museu-do-traje-de-viana-do-castelo/">http://www.patrimoniocultural.gov.pt/pt/museus-e-monumentos/rede-portuguesa/m/museu-do-traje-de-viana-do-castelo/</a>	<b>98</b>
<b>Fig. 59.</b> Ana Pires, (1) Japoneiras, (2) Japoneiras, (3) Coração, (4) Flores-Coração, (2006). Disponível em: <a href="http://www.cm-viana-castelo.pt/pt/mt-processo-de-certificacao-de-bordados">http://www.cm-viana-castelo.pt/pt/mt-processo-de-certificacao-de-bordados</a>	<b>102</b>
<b>Fig. 60.</b> Ana Pires, (5) Marias e Marões, (6) Trevo, (7) Flores, (5) Cravo, (2006). Disponível em: <a href="http://www.cm-viana-castelo.pt/pt/mt-processo-de-certificacao-de-bordados">http://www.cm-viana-castelo.pt/pt/mt-processo-de-certificacao-de-bordados</a>	<b>103</b>
<b>Fig. 61.</b> Ana Pires, (1) Hastes e silvas, (2) Caracóis, (3) Botões, (2006). Disponível em: <a href="http://www.cm-viana-castelo.pt/pt/mt-processo-de-certificacao-de-bordados">http://www.cm-viana-castelo.pt/pt/mt-processo-de-certificacao-de-bordados</a>	<b>106</b>
<b>Fig. 62.</b> Ana Pires, (1) Centros, (2) Cantos, (2006). Disponível em: <a href="http://www.cm-viana-castelo.pt/pt/mt-processo-de-certificacao-de-bordados">http://www.cm-viana-castelo.pt/pt/mt-processo-de-certificacao-de-bordados</a>	<b>107</b>
<b>Fig. 63.</b> VianaFestas, Romaria D´ Agonia, (2016). Disponível em: <a href="https://www.viajecomigo.com/2016/08/15/romaria-senhora-agonia-viana-do-castelo-portugal/">https://www.viajecomigo.com/2016/08/15/romaria-senhora-agonia-viana-do-castelo-portugal/</a>	<b>109</b>
<b>Fig. 64.</b> Autora, Moodboard da coleção, (2018). Autoria da autora	<b>111</b>
<b>Fig. 65.</b> Autora, Paleta de cores da coleção, (2018). Autoria da autora	<b>113</b>
<b>Fig. 66.</b> Autora, Materiais da coleção, (2018). Autoria da autora	<b>115</b>
<b>Fig. 67.</b> Autora, <i>Line up</i> , (2018). Autoria da autora	<b>117</b>
<b>Fig. 68.</b> Autora, Look 1, (DEMO 2018).	<b>118</b>
<b>Fig. 69.</b> Autora, Look 1, (DEMO 2018).	<b>119</b>
<b>Fig. 70.</b> Autora, Ficha técnica /1, (2018). Autoria da autora	<b>120</b>
<b>Fig. 71.</b> Autora, Desenho do bordado /1, (2018). Autoria da autora	<b>122</b>
<b>Fig. 72.</b> Autora, Composição de imagens /1, (2018). Autoria da autora	<b>123</b>
<b>Fig. 73.</b> Autora, Look 2, (DEMO 2018).	<b>124</b>
<b>Fig. 74.</b> Autora, Look 2, (DEMO 2018).	<b>125</b>
<b>Fig. 75.</b> Autora, Ficha técnica /2, (2018). Autoria da autora	<b>126</b>
<b>Fig. 76.</b> Autora, Desenho do bordado /2, (2018). Autoria da autora	<b>128</b>
<b>Fig. 77.</b> Autora Composição de imagens /2, (2018). Autoria da autora	<b>129</b>

Fig. 78. Autora, Ficha técnica /3, (2018). Autoria da autora	130
Fig. 79. Autora, Desenho do bordado /3, (2018). Autoria da autora	132
Fig. 80. Autora, Ficha técnica /4, (2018). Autoria da autora	133
Fig. 81. Autora, Desenho do bordado /4, (2018). Autoria da autora	135
Fig. 82. Autora, Look 5, (DEMO 2018).	136
Fig. 83. Autora, Look 5, (DEMO 2018).	137
Fig. 84. Autora, Ficha técnica /5, (2018). Autoria da autora	138
Fig. 85. Autora, Desenho do bordado /5, (2018). Autoria da autora	140
Fig. 86. Autora, Composição de imagens /5, (2018). Autoria da autora	141
Fig. 87. Autora, Ficha técnica /6, (2018). Autoria da autora	142
Fig. 88. Autora, Desenho do bordado /6, (2018). Autoria da autora	144
Fig. 89. Autora, Ficha técnica /7, (2018). Autoria da autora	145
Fig. 90. Autora, Desenho do bordado /7, (2018). Autoria da autora	147
Fig. 91. Autora, Look 8, (DEMO 2018).	148
Fig. 92. Autora, Look 8, (DEMO 2018).	149
Fig. 93. Autora, Ficha técnica /8, (2018). Autoria da autora	150
Fig. 94. Autora, Desenho do bordado /8, (2018). Autoria da autora	152
Fig. 95. Autora, Composição de imagens /8, (2018). Autoria da autora	153
Fig. 96. Autora, Look 9, (DEMO 2018).	154
Fig. 97. Autora, Look 9, (DEMO 2018).	155
Fig. 98. Autora, Ficha técnica /9, (2018). Autoria da autora	156
Fig. 99. Autora, Desenho do bordado /9, (2018). Autoria da autora	158
Fig. 100. Autora, Composição de imagens /9, (2018). Autoria da autora	159
Fig. 101. Autora, Look 10, (DEMO 2018).	160
Fig. 102. Autora, Look 10, (DEMO 2018).	161
Fig. 103. Autora, Ficha técnica /10, (2018). Autoria da autora	162
Fig. 104. Autora, Desenho do bordado /10, (2018). Autoria da autora	164
Fig. 105. Autora, Composição de imagens /10, (2018). Autoria da autora	165
Fig. 106. Autora, Ficha técnica /11, (2018). Autoria da autora	166
Fig. 107. Autora, Desenho do bordado /11, (2018). Autoria da autora	168
Fig. 108. Autora, Ficha técnica /12, (2018). Autoria da autora	169
Fig. 109. Desenho do bordado /12, (2018). Autoria da autora	171



*AST FASHIONS L*

*WFASHION FAS*

*TFASHIONSLOW*

*FASHIONFASTFA*

*HIONSLOWFAS*

*IONFASTFASHI*

# **1**

## **INTRODUÇÃO**



## 1.1. ÂMBITO DA INVESTIGAÇÃO

A presente dissertação de investigação inscreve-se no campo disciplinar de Design de Moda, na faculdade de Arquitectura Universidade de Lisboa, denominada *Fast Fashion vs. Slow Fashion: Uma análise conducente ao design de uma Capsule Collection*, tendo surgido do interesse pela investigadora de fazer uma reflexão mais aprofundada sobre as áreas de investigações que estes temas envolvem, de forma a analisar as implicações da globalização. Uma das reflexões desta dissertação é a ligação entre os movimentos *Fast Fashion* e o *Slow Fashion*, movimentos que convivem no meio da indústria da moda de uma forma contraditória. A Revolução Industrial marca o início da globalização, fenómeno que tem possibilitado às grandes marcas fazer negócios de uma forma mais rápida, incentivando o consumismo. A qualidade da roupa ficou comprometida com a aceleração da produção e uso de materiais de baixa qualidade que, conseqüentemente, levou a um maior descarte. Essa produção procura os preços mais baixos produzindo em maior intensidade, refugiando-se em lugares onde o custo da mão de obra é extremamente baixo, como a Índia, China, Bangladesh, entre outros.

Com os consumidores cada vez mais exigentes em investir o seu tempo e dinheiro em vestuário, o *Fast Fashion* tem vindo a tornar-se um fenómeno de moda não sustentável por oposição ao *Slow Fashion*, que gere um desenvolvimento sustentável na indústria da moda a partir do modo de produção, projeção e consumo mais consciente, e um crescimento dos consumidores de uma forma mais harmoniosa.

A abordagem desta temática, por associação do fenómeno *Slow Fashion* à excelência das habilidades tácteis dos artesãos da cultura portuguesa, interliga-se com a cultura de Viana do Castelo nomeadamente os bordados esperando-se que através destes, haja uma maior sensibilidade à cultura portuguesa com recriações mais contemporâneas.

## **1.2. ORGANIZAÇÃO DA DISSERTAÇÃO**

Esta dissertação teórico-prática para a obtenção do grau de Mestre em Design de Moda pela Faculdade de Arquitetura da Universidade de Lisboa, intitulado: *Fast fashion vs. Slow Fashion: Uma análise conducente ao design de uma Capsule Collection*, está organizada segundo cinco grandes capítulos:

O capítulo I é composto pela introdução resumidos pelas várias etapas que o projecto vai ultrapassar tais como o âmbito da investigação, a pertinência do tema, as questões de investigação, os objectivos gerais e específicos, os benefícios da investigação e por fim a organização da dissertação.

No capítulo II aborda a primeira fase da investigação não intervencionista, nomeadamente na recolha e análise dos factos. A recolha de informação focou-se na análise à globalização visto ser um fenómeno de grande evolução gerada pela progressiva aceleração de informação, comunicação e transmissão de imagens. Este capítulo apresenta uma contextualização histórica da Revolução Industrial.

O capítulo III divide-se em três grandes tópicos, o *Fast Fashion*, *Slow Fashion* e análise *SWOT*.

O tópico *Fast Fashion* aborda a causa do aparecimento deste fenómeno e o impacto que este tem sobre a indústria da moda; o tópico *Slow Fashion*, primeiramente, aborda as múltiplas definições do conceito desenvolvimento sustentável bem como o seu contexto histórico. Este desenvolvimento remete-nos para o *Slow Fashion*, abordado como sendo um fenómeno que inclui conceitos mais sustentáveis para a indústria da moda que explora os sub-tópicos derivados deste sistema - luxo, artesanato, bordado, bordado de Viana do Castelo; a análise *SWOT* procede-se a uma análise genérica das vantagens e desvantagens do *Fast Fashion e Slow Fashion*.

Na sequência das reflexões e conclusões da investigação, o capítulo IV procedeu-se ao desenvolvimento das tecnologias artesanais de modo a obter um melhor conhecimento das habilidades tácteis. Interligado com o artesanato, surge o projecto final, onde se celebra a cultura portuguesa de uma forma revisitada, nomeadamente o bordado de Viana do Castelo, associada ao conjunto de valores culturais, sociais, demográficos e económicos.

A partir desse bordado base vão ser reinventadas linhas mais contemporâneas apresentadas em diversos tipos de materiais de modo a representar a verdadeira essência da cultura vianense. Neste capítulo as peças produzidas serão apresentadas num desfile.

Após a recolha dos dados dos capítulos anteriores, o capítulo V é composto pelas conclusões obtidas com a investigação, recomendações para futuras investigações e a disseminação, a fim de concluir o projecto final para a obtenção de Mestre em Design de Moda.

### **1.3. PERTINÊNCIA DO TEMA**

Acredita-se que, para a indústria da moda é essencial perceber os verdadeiros motivos e valores de cada movimento, *Fast Fashion* e *Slow Fashion*, sendo eles tão discutidos na moda contemporânea a fim de realizar uma análise de ambos, confirmando a sua pertinência para o futuro da moda.

Com toda a massificação presente, tem vindo a surgir na sociedade uma preocupação especial pela qualidade dos produtos a todos os níveis, assim a criação de um produto final foi crucial para fortalecer o tema da dissertação. Com a forte cultura tradicional nacional, encontrei uma boa maneira de trazer de forma mais contemporânea a ideia da tradição permanecida em elementos contemporâneos.

## 1.4. QUESTÕES DE INVESTIGAÇÃO

Emergem as questões de investigação:

– Como conciliar de uma forma contemporânea o processo criativo *Slow Fashion*, recorrendo à cultura tradicional portuguesa?

– Será possível criar de forma sustentável uma *capsulle collection* interligando movimentos tão contraditórios como o *Fast Fashion* e *Slow fashion*?

## **1.5. OBJETIVOS**

### **1.5.1. OBJETIVOS GERAIS**

Os objetivos gerais desta investigação são:

- Analisar os conceitos da globalização e o impacto sobre os consumidores;
- Definir de uma forma mais concisa a evolução do processo da globalização e o seu impacto sociocultural;
- Analisar os conceitos do *Fast Fashion* e *Slow Fashion*, bem como os seus diferentes valores estéticos, culturais e sociais;
- Disseminar a importância da cultura popular portuguesa e da importância dos princípios éticos e sustentáveis na indústria da moda;
- Desenvolver uma coleção de 12 coordenados que esboce o conceito de um dos processos criativos e produtivos examinados, segundo enquadramento conceptual definido pela investigadora.

### **1.5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

Deste modo, os objetivos específicos deste projecto integram-se no:

- Desenvolvimento de um estudo comparativo entre os movimentos contemporâneos na indústria da moda - *Fast Fashion* e *Slow Fashion* - de modo a identificar as suas características, vantagens e factores críticos, no sentido de redefinir o posicionamento da investigadora enquanto designer de moda;
- Aquisição de conhecimentos mais detalhados sobre o caso de estudo;
- Aprofundamento de know-how relativamente aos vários tipos de técnicas tradicionais;
- Incentivar a criação de produtos de moda valorizando a cultura popular, revista de forma contemporânea.

## **1.6. BENEFÍCIOS DA INVESTIGAÇÃO**

A presente investigação realizada visa o conhecimento mais aprofundado das áreas de estudo, que nos dias de hoje se caracterizam pela constante mudança, de forma a prestar um desenvolvimento pessoal e científico, permitindo um crescimento gradual enquanto estudante e profissional da área do Design de Moda.

Contribuirá também para um conhecimento mais enriquecedor a nível pessoal, que permitirá ter uma visão de vivência mais sustentável.

Esta investigação servirá de contributo à universidade de modo a ser utilizada como base para futuras ideias de outros designers.

## **1.7. METODOLOGIAS DE INVESTIGAÇÃO**

Uma vez que a presente investigação consiste numa dissertação teórico-prática, a metodologia utilizada é de carácter misto. Dividindo-se em dois momentos: a metodologia qualitativa não intervencionista, consiste na recolha e análise da literatura essencial que vai servir de base teórica.

Esta recolha visa essencialmente esclarecer as questões adjacentes relacionadas com o tema em questão; a metodologia intervencionista esteve presente na concretização do projeto, com uma investigação ativa que pretende testar e validar a hipótese estudada através de um projeto experimental, envolvendo a criação dos desenhos das peças de vestuário e o cuidado dos desenhos planos que, por fim, foram idealizados no papel, para a concretização de uma coleção através de modelagem, refinados e posteriormente executados em tecido definitivo.



*AST FASHIONS L*

*WFASHION FAS*

*TFASHIONSLOW*

*FASHIONFASTFA*

*HIONSLOWFAS*

*IONFASTFASHI*

# 2 GLOBALIZAÇÃO

---

O presente capítulo descreve a evolução das mudanças nos processos de manufatura resultantes da Revolução Industrial.

Por ser uma importante transição para novos processos de manufatura que envolveu grande acontecimentos e mudanças na sociedade, muitos são os autores, de múltiplas áreas, que estudam e fundamentam este tema. Neste sentido, este capítulo tem como objectivo fornecer pesquisa teórica com informação que contribua para uma visão mais clara do tema.

## 2.1. REVOLUÇÃO INDUSTRIAL

Antes da Revolução Industrial, a maioria das pessoas residia em pequenas comunidades, nas quais a manufatura era feita por autoria própria em casa ou em pequenas lojas rurais, com o auxílio de ferramentas manuais ou maquinaria simples (fig. 5). Tal situação não acontece nos dias de hoje, onde a maioria dos produtos que as pessoas industrializam é rapidamente transformada pelo processo de produção em massa.

A Revolução Industrial define-se como um dos períodos durante os quais as sociedades rurais, predominantemente agrárias na Europa e América tornaram-se industriais e urbanas, presenciando importantes mudanças de economia agrária e artesanal que ocorreram entre os séculos XVIII e XIX. Estas mudanças transformaram o estilo de vida das pessoas bem como os seus métodos de manufatura. (HACKETT, L. 1992. s.p.)

No século XVIII a Revolução Industrial foi largamente confinada à Grã-Bretanha, cidade industrial da época, tendo presenciado importantes mudanças na economia agrária e artesanal, resultando do domínio da indústria, fabrico de máquinas, que permitiu um menor gasto de energia humana, uma nova organização de trabalho conhecida como *factory system*, a inserção de novas matérias primas como o aço e o ferro, e desenvolvimentos importantes no transporte e na comunicação incluindo a locomotiva a vapor, o automóvel, rádio, avião e telégrafo. (BENATTI, M. 2016. p. 34)



Fig. 5 Sem autor, *Fashion History: Mass Market*, sem data.

### 2.1.1. REVOLUÇÕES INDUSTRIAIS

#### 2.1.1.1. PRIMEIRA REVOLUÇÃO INDUSTRIAL

Durante o período de 1760 e 1840, dois grandes eventos sobressaíram nesta revolução: o uso de carvão e ferro em 1780-1850 e a revolução do aço e electricidade durante 1850-1914. (JOHNSTON, L. 2015. s.p.)

*“The early years of the industrial revolution brought technological advances that improved agricultural production and speed up the manufactures of goods, laying the ground work for the factory system that would soon dominate European countries and the newly formed USA.” (PENDERGAST, S, PENDERGAST, T, 2004. p. 551)<sup>1</sup>*

Com estes grandes acontecimentos, o melhoramento nas práticas agrícolas resultou num aumento de produção de muitas áreas, o que tornou a indústria mais lucrativa. Mas os avanços da Revolução Industrial tinham modificado a sociedade a vários níveis sendo que as pessoas tiveram de aprender a trabalhar com as inovações da nova tecnologia, a fim da adaptação a esta nova sociedade. A comunidade teve de encontrar outro modo de distribuição e organização de mão-de-obra porque a maquinaria trouxe como consequência a maior produção num curto espaço de tempo, reduzindo o trabalho humano.

Com a invenção da máquina de vapor (fig. 6), sustentada a carvão, por Watt em 1769, iniciam-se as grandes transformações nas oficinas que se converteram em fábricas, que podiam ser encontradas em toda a Europa e América. A máquina de vapor movida a carvão introduziu uma nova forma de energia - a impressão a vapor e a locomotiva a vapor - que forneceu uma grande plataforma de tecnologia que podia ser adaptadas para diversos usos industriais. (RIFKIN, J. 2015. p. 41) A indústria do algodão tornou-se a primeira a implementar a nova tecnologia, onde os ganhos de produtividade foram arrebatadores devido ao baixo custo de produção.

A primeira Revolução Industrial teve uma conexão direta com a

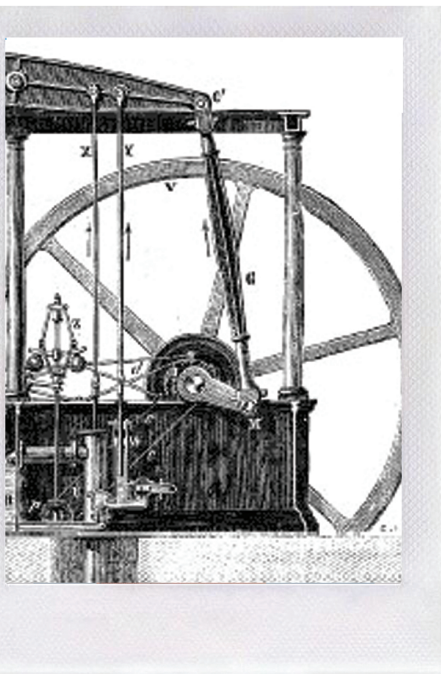


Fig. 6 Sem autor, *James Watt's prototype steam engine "Old Bess", 1778.*

---

1 Os primeiros anos da Revolução Industrial trouxeram grandes avanços tecnológicos que melhoraram a produção agrícola e aceleraram a fabricação de produtos, deixando o trabalho para a fábrica, que mais tarde dominaria os países da Europa e os Estados Unidos da América. (T.L.)

indústria da moda porque algumas invenções melhoraram a manufatura do vestuário. Segundo o autor FRINGS (2005. p. 9), com a introdução de máquinas de produção de roupa, tais como a máquina de costura, teares, tecelagem e novas fórmulas de tinturaria, o modo de vestir mudou drasticamente pelo que se tornou um símbolo de posição na sociedade.

As principais máquinas inventadas neste Revolução foram nomeadamente a *Spinnig Jenny* (1764), (fig. 7), criada por James Hargreaves em Inglaterra, que revolucionou o processo de fiação de algodão, com o uso de 8 fusos nos quais as linhas eram giradas; *Water Frame* (1769) criada por Richard Arkwright's, sendo esta uma estrutura de fiação movida a água para produzir fios de algodão; *Power Loom* (1785) criado por Edmund Cartwright, que revolucionou o tear mecanizado; *Flying Shuttle* (1773), (fig. 8), criado por John Kay foi um dos principais desenvolvimentos na industrialização da tecelagem, porque permitiu que um tecelão tecesse tecidos muito largos; e a máquina de costura (1829) (fig. 9-10) criada por Thimmonier, criada para costurar tecidos e outros materiais o que melhorou a eficiência e a produtividade da indústria da moda. (BENATTI, M. 2016. p. 16)

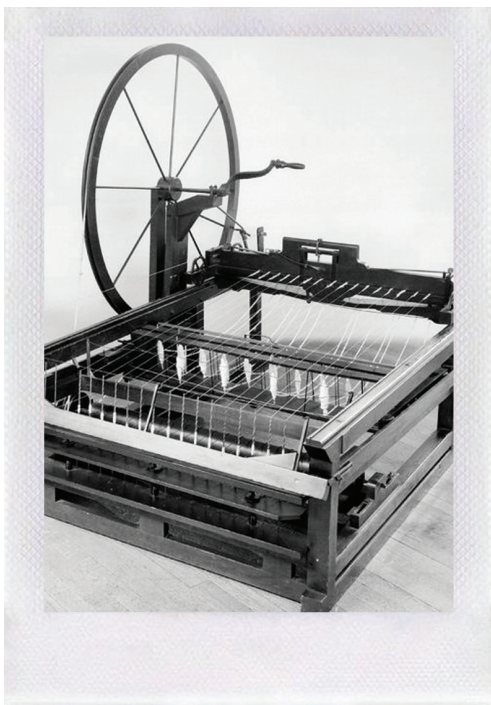


Fig. 7 Sem autor, *Spinning Jenny* - James Hargreaves, sem data.

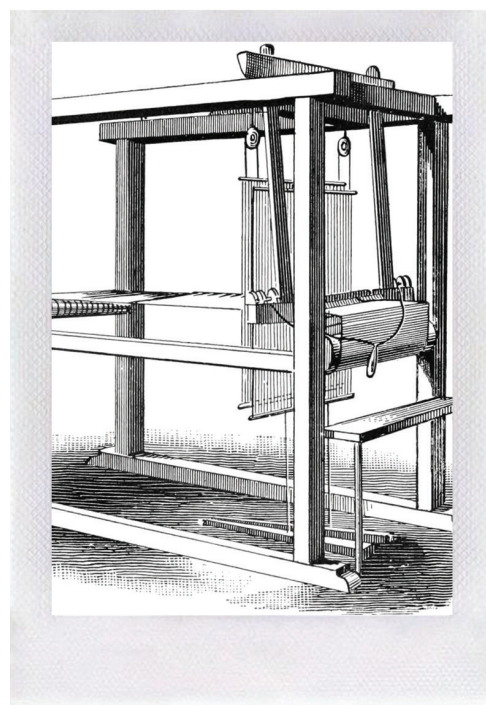


Fig. 8 Sem autor, *Flying Shuttle* - John Kay, sem data.



Fig. 9 Alamy Stock Photo, *Women workers working in clothing factory, 1961.*



Fig. 10 The Kheel center, *A garment factory in the U.S, 1964.*

### **2.1.1.2. SEGUNDA REVOLUÇÃO INDUSTRIAL**

A Revolução Industrial entra assim numa nova fase diferente, destacando-se a Segunda Revolução Industrial conhecida também como a fase da industrialização rápida devido ao aumento das invenções tecnológicas, datadas entre 1870 e 1914 até ao início da Primeira Guerra Mundial (1914-1918).

Embora esta Revolução fosse responsável por melhorar o estilo de vida, a substituição do vapor pela electricidade e derivados de petróleo como principais fontes de energia, o desenvolvimento da maquinaria automática e o alto grau de especialização do trabalho, causou uma grande onda de desemprego e preços dos produtos mais baixos o que gerou o princípio da globalização.

Uma das maiores mudanças nesta Revolução foi o desenvolvimento das novas tecnologias de transporte, que resultaram da construção de linhas de ferro (fig. 11), possibilitando a compra e venda de mercadorias de diferentes nações. Com o começo de vendas internacionais tornou-se possível o crescimento da economia que por sua vez resulta do começo da globalização.



Fig. 11 William England, *Western Railway*, sem data.

A globalização é um processo de interação e integração entre pessoas, empresas e culturas, impulsionado pelo comércio internacional. Este conceito foi mencionado pela primeira vez nos anos 60 por McLuhan (1960).

O comércio de escravos africanos, o colonismo e o comércio intercontinental do açúcar e café tornaram possível o capitalismo, mas desde o início da década de 1980 as corporações transacionais, a tecnologia cibernética e os meios de comunicação eletrónicos geraram ligações de redes que movem o Mundo (FINURAS, P. 2016. p. 12)

Para os consumidores dos países ocidentais dominantes, a globalização significa uma abundância de modas vendidas por marcas gigantes que podem atualizar o inventário, fazer negócios comerciais transacionais e coordenar a distribuição mundial de produtos de uma forma mais rápida.

A *KOF Index of Globalization* (2010. s.p.) classifica-a em três dimensões: económica, sociológica e política (fig. 12).

A dimensão económica da globalização reflete a extensão da venda e compra de bens, serviços entre empresas de diferentes países e fluxos de investimento. Este contexto entre fusão de fronteiras não implicou somente mudanças drásticas na forma como os bens e serviços são produzidos e distribuídos, como também na forma como as informações e ideias são transmitidas. A crise financeira de 2008 impediu a ampla integração económica que persistiu desde a década de 1990, mas até certo ponto essa tendência reverteu-se; a dimensão sociológica da globalização mede-se em três categorias (VEBLEN, T. 1899. s.p.): a primeira avalia os contactos entre fronteiras, sob a forma de chamadas telefónicas, cartas, fluxos turísticos e o tamanho da população estrangeira residente em cada país; A segunda, os fluxos de informações entre fronteiras é medido em termos de acesso à Internet, TV e produtos de cariz estrangeiro; A terceira, cujo índice tenta medir a proximidade cultural do mainstream global, a partir de empresas

mundiais; a dimensão política da globalização é medida através do número de embaixadas estrangeiras residentes num país, o número de organizações internacionais de que o país é membro e o número pela qual o país interagiu com missões da paz da ONU.

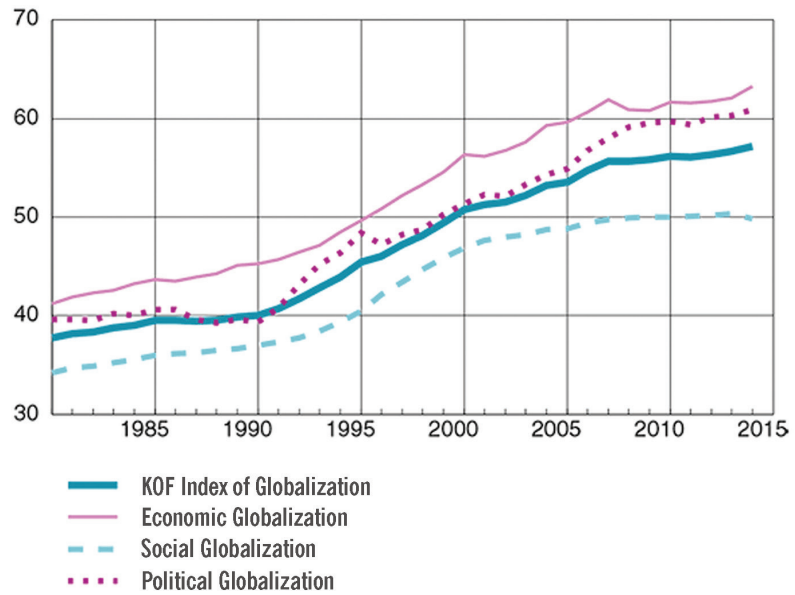


Fig. 12 University of Waterloo, *KOF index of Globalization Worldwide, 2011.*

BARREIRO (2004. p. 139-166) analisa a economia dos dias de hoje como sendo global e informativa que gradualmente tem influenciado na produção do vestuário. É informativa porque a produtividade e competitividade empresarial dependem da sua capacidade de gerar, processar e aplicar informações de forma eficiente; e é global porque a produção e o consumo são organizados globalmente.

Conforme um estudo realizado por FINURAS (2016. p. 13) no seu livro “Globalização, Diferenças Culturais e Gestão internacional de Recursos Humanos”, este reuniu as principais consequências para o ambiente de gestão na nova economia global:

1. Complexidade e incerteza crescentes;

2. Formas diferentes na interação com os clientes à distância e no espaço virtual;
3. Clientes mais informados e mais exigentes
4. Ciclo de vida dos produtos mais curto;
5. Processos globais e efeito dominó;
6. Necessidade de informação crescente;
7. Foco nos serviços, na inovação e na orientação para o cliente;
8. Procura de qualidade superior e de respostas mais rápidas;
9. Necessidade de empresas estruturalmente mais flexíveis;
10. Necessidade de fidelização de mercados com base na satisfação dos clientes.

Tanto a moda como a globalização são fenómenos complexos e multidimensionais, a análise da sua conexão pode ser abordada por uma grande variedade de disciplinas. À medida que as imagens de Moda passam em revistas (fig. 13), vídeos (fig. 14), Internet e televisão ganham a capacidade de acelerar o Mundo, criando um estilo global através de fronteiras e culturas. (KAISER, S. 1999. s.p.)

*“Globalization can mean the growing integration of markets and nation-states, receding geographical constraints on social and cultural arrangements; the increased dissemination of ideas and technologies.”* (DREHER, A, GASTON, N, MARTENS, P, 2008. s.p.)<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> A globalização significa a crescente integração de mercados e estados de nações, recuando restrições geográficas sobre arranjos sociais e culturais; a maior disseminação de ideias e tecnologias. (T.L.)



Fig. 13 Elle, Elle Canada Magazine, 2014.

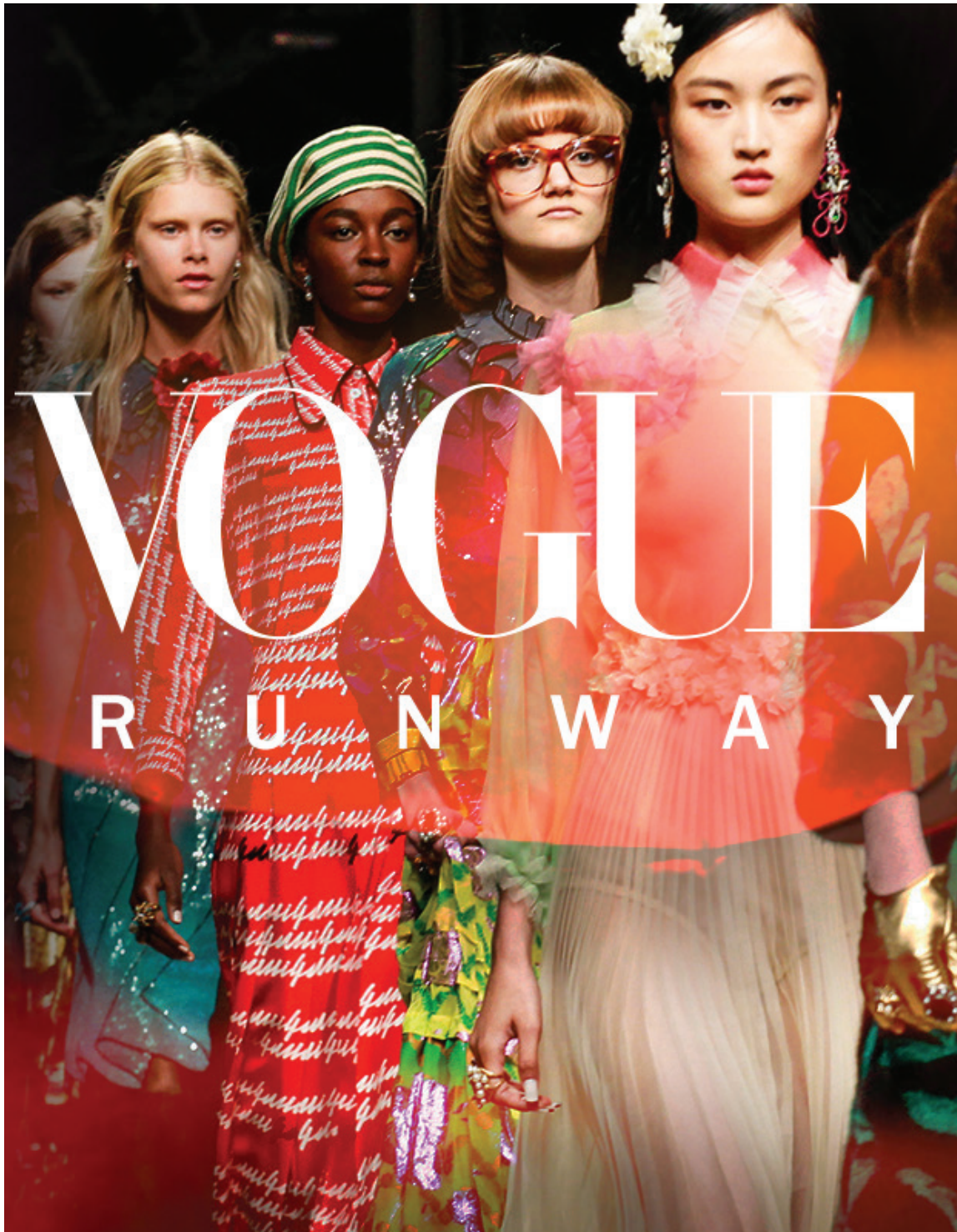


Fig. 14 Vogue, *Fashion Shows*, sem data.

Embora as campanhas de marketing nos encorajem a associar o consumo de moda ao prazer, poder, criatividade pessoal e satisfação individual, economistas de negócio e oficiais de finanças corporativas têm uma visão diferente. As grandes marcas por encomendarem grandes quantidades de roupas, podem forçar os fabricantes a fazer contratações com preços mais baixos. Para reduzir os seus custos, os fabricantes subcontratam grande parte da costura e corte, nas fábricas do México, China, Tailândia, Roménia e Vietname, onde a pobreza é alta e o salário é muito baixo.

De acordo com RAJAGOPAL (2010. s.p.), as mudanças nos valores culturais, as preferências dos consumidores e as intenções de compra em relação aos produtos de design são alguns dos principais problemas que os gerentes de marketing enfrentam.

Por todas estas mudanças, as empresas de moda são bombardeadas por uma mistura cultural, levando a indústria às adaptações de diferenças culturais que incluem sexo, raça, classe social, religião e valores, afirmando a intensidade competitiva na indústria da moda.

Como consequência destas estratégias de moda emergentes, existe um maior impulso em oferecer produtos com preços mais baixos utilizando uma rede global de fornecedores que favorecem cada vez mais os países onde a mão de obra é muito inferior.

Hoje, no seu conceito atual, FINURAS (2016. p.12) afirma que tanto a Globalização como a Moda descrevem-se como um processo de tendência para a integração da economia, negócios, mercados, gostos e de hábitos de consumo, que é gerada pela progressiva aceleração de informação, comunicação e transmissão de dados e imagens.

### 2.1.1.3. TERCEIRA REVOLUÇÃO INDUSTRIAL

A Terceira Revolução Industrial ou Revolução Digital caracteriza-se pelos avanços tecnológicos e a constante informação imediata

As mudanças desta Revolução Industrial levaram a um enorme aumento da população, novos processos de produção, expansão das cidades e a um grande desenvolvimento na tecnologia e economia, tomando proporções gigantescas na quantidade de oferta de produtos, verificando-se grande segmentação dos mercados. Segundo DELGADO (2008. p. 4), essa massificação de produtos começou a alterar a relação entre o produto e o indivíduo, tornando-o mais independente e exigente, causando um consumo que melhorava os padrões de vida e definia a identidade do consumidor. Estes fatores são especialmente causados pelo uso extremo de media, Internet e publicidade (fig. 15-16).

A moda passou a ser vista como um fenómeno que interessava grande parte da sociedade especialmente para representar a identificação e a diferenciação de cada indivíduo, alterando-se conforme as mudanças do tempo ou espaço. (KAWAMURA, Y. 2005. p. 6) A moda tem vindo a tornar-se acessível a todos de uma forma menos pessoal e mais internacional. Com isto, a existência e a evolução da moda englobam fatores sociais, políticos e económicos.

BRENNINKMEYER (1963. p. 4) define a moda como um uso predominante do vestir adotado na sociedade, resultando da aceitação de certos valores culturais todos eles abertos a influências relativamente às rápidas mudanças que resultaram do desenvolvimento da rápida produção de moda nova e indispensável (fig. 17).

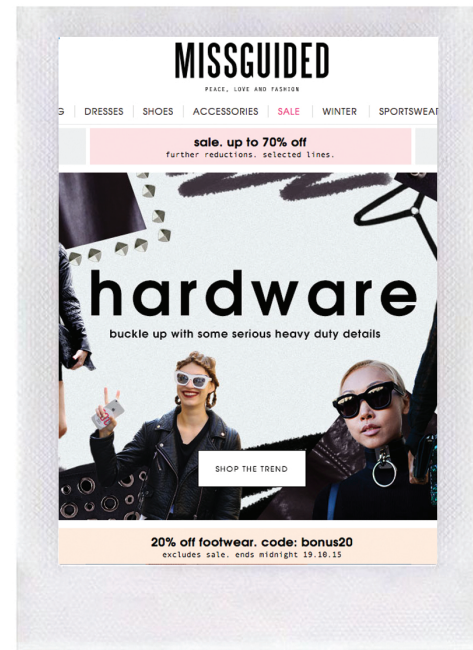


Fig. 15 George Berzgal, *Fast Fashion: how to keep up with the new ecommerce trend*, 2015.



Fig. 16 Sheela Christyn, *What I've got in Istanbul - Haul*, 2018.

*“Fashion is one of the few cultural goods that we carry with us every day and have a role in our daily life, so the way trends are created and transmitted is affected both by changes in the diffusion of culture. However, unlike any other industry, fashion produces ephemeral cultural goods, and so the production of clothes has also been affected by the new model of transmission of trends with cultural globalization.” (GESTAL, l. s.d. p. 3)<sup>3</sup>*

A estrutura social do mundo ocidental sofreu grandes mudanças durante o século XVIII até XIX, pois a população aumentou, a economia desenvolveu-se devido à crescente divisão do trabalho, a tecnologia melhorou, o comércio aumentou e a mobilidade social tornou-se possível, fatores causados pelo desenvolvimento da rápida produção de moda. Sem estes factores, a moda global entre as populações não teria sido possível.

---

<sup>3</sup> A moda é um dos poucos bens culturais que carregamos todos os dias e têm um papel na nossa vida quotidiana; as mudanças na difusão da cultura alteram o modo de como as tendências são criadas e transmitidas - como aconteceu na globalização cultural. No entanto, diferentemente de qualquer outra indústria, a moda produz bens culturais efêmeros, por isso a produção de roupa também foi afetada pelo novo modelo de transmissão de tendências com a globalização cultural. (T.L.)





REILLY (2014. p.1.) admite que nas sociedades ocidentalizadas e capitalistas a moda é um conceito peculiar porque os produtos são feitos para serem vendidos numa temporada com preços muito baixos, ter uma vida breve e próspera, e de seguida serem descartados por algo novo.

Com base nestes fatores conclui-se que a moda é uma força intangível que representa novidades relativas a produtos de moda anteriores adaptando-se a diversos grupos de pessoas, refletores da sociedade e cultura, moldando-se de acordo com o percurso da globalização. Ainda assim, LIPOVETSKY (1994. p. 16.) caracteriza a Moda como um fenómeno social onde o produto, para além de um simples bem de consumo, caracteriza-se como um bem cultural, na medida em que o seu valor é estritamente ligado ao contexto em que é consumido (fig. 18). Este autor acredita mesmo que o consumo assume dois papéis importantes na vida do utilizador, a compra prática que visa atender as necessidades funcionais e fundamentais; e a compra hedónica, com carácter subjetivo e emocional, mas sempre com o mesmo propósito, adquirir os produtos de uma forma singular, procurando a diferenciação e demonstração de personalidade.

O ato de compra não se baseia somente nas necessidade de resolver problemas específicos de compra, mas também resolver necessidades de carácter emocional. As necessidades emocionais ativam uma sensação de prazer ao consumido, fazendo com que este se sinta melhor e com mais autoconfiança. Existem muitas características que contribuem para que o indivíduo se sinta à vontade, motivando mais a sua compra, tais como, o ambiente da loja relaxante e casual (fig. 19), conforto na experimentação da roupa, preço relativamente baixo o que leva o consumidor a refletir menos sobre a compra, levando ao impulso. (BEATTY, S, FERRELL, E. 1998. p. 169-191)

FRINGS (2012. s.p.) assume outras motivações de compra do consumidor, tais como: a atração, uma vez que ao comprarem roupa os indivíduos procuram realçar os seus atributos físicos, o estar na moda,



Fig. 19 Else Urquijo Architects, Zara, 2014.

*Fast Fashion VS. Slow Fashion*

conhecer as últimas tendências, recusa de roupa em boas condições apenas por acreditarem que já está fora de moda, impressionar os outros, criar uma identidade e ser aceite na sociedade (fig.20).



Fig. 20 Barbara Kruger, *I shop therefore I am*, 1987.

#### 2.1.1.4. QUARTA REVOLUÇÃO INDUSTRIAL

A Quarta Revolução Industrial ocorre nos dias de hoje, impulsionada por inovações a nível físico, digital e biológico que transformam todas as indústrias. O conceito desta Revolução teve início na Alemanha, a partir de um projeto de alta tecnologia, cujo objetivo era conectar a indústria às inovações do mundo digital.

Esta indústria é definida por um conjunto de tecnologias emergentes entre si construídas sobre a infraestrutura da 3<sup>o</sup> Revolução Industrial (Digital) baseadas em fábricas inteligentes (fig. 21) com máquinas que são capazes de fazer todas as etapas da produção, auto-otimização, auto configuração e complementar tarefas, que na antiga revolução era feita por humanos. Por isso mesmo, entra em destaque tipos de tecnologias, como a robótica avançada, inteligência artificial, impressão a 3D, nanotecnologia, biotecnologia e *softwares* de alto nível. onde é possível controlar todo o ciclo de produção, incluindo a distribuição e logística.

*“The impact of the fourth industrial revolution, is more extensive and it affects apart from production also indirect departments, especially engineering processes. That means that the potential of productivity growth particularly lies in the improvement of brainwork and decision making process”* (SCHUH, G, POTENTE, T, WESCH, C, WEVER, A, PROTE, J. 2014, p.1)<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> O impacto da quarta revolução industrial, é mais extenso e afeta para além dos departamentos indiretos de produção, como os processos de engenharia. Isso significa que o potencial de crescimento da produtividade está na melhora do trabalho intelectual e no processo de tomada de decisão. (T.L.)

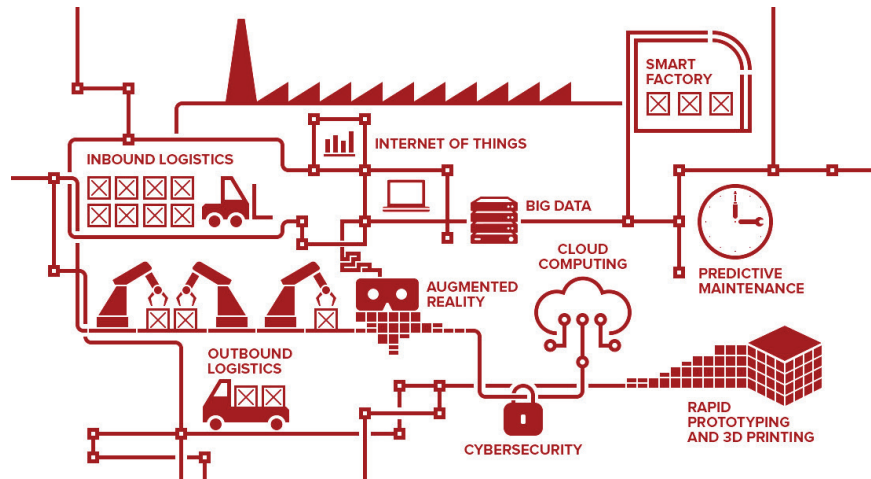


Fig. 21 Reply, *Diagrama: Reply Industrie 4.0 Landscape, 2017.*

A 4ª revolução vai permitir que sistemas inteligentes se interliguem diretamente com as pessoas, máquinas e equipamentos, tornando a produção ainda mais competitiva. (BENATTI, M. 2016. p. 22)

Com a inserção de ferramentas digitais, a indústria da moda beneficia das avançadas pesquisas e tecnologia dos materiais desenvolvendo uma ampla gama de novas possibilidades funcionais e estéticas para o vestuário.

O processo de produção é composto por códigos de identificação, para que seja possível aos robots a recepção da informação necessária sobre as etapas a realizar. A rapidez da produção, a flexibilidade e a qualidade das etapas de produção tornam-se possíveis através da automatização, de modo a atenderem mais rapidamente às necessidades do consumidor. São criados benefícios no processo de produção da indústria da moda tornando-a mais sustentável e eficaz, por haver ligações diretas com todas as etapas, bem como a melhoria nos tempos de entrega e melhoria na qualidade dos produtos.

Conforme, RIBEIRO (2017. p. 11), existem vantagens que podem ser retiradas da integração de inovações tecnológicas, no contexto industrial:

- Rápida prototipagem e criação de novos produtos, resultando de uma maior velocidade de produção;
- Customização em massa, o que permite uma flexibilidade na produção;
- A motorização permite entregar ao produto uma maior qualidade, identificando e corrigindo os erros durante a produção;
- Design customizado;
- Deslocalização da indústria para centros urbanos, de modo a ficar mais perto dos consumidores.

*Fast Fashion VS. Slow Fashion*

Com o desenvolvimento deste capítulo, podemos concluir que a Revolução Industrial teve grande impacto sobre a economia, sociedade e globalização. A primeira Revolução Industrial estendeu-se entre 1760 e 1840, baseada na utilização do vapor de água como principal fonte de energia, modificando deste modo a vida da sociedade, que passaram a trabalhar com as inovações da tecnologia deixando para trás a vida agrária.

A segunda revolução, ocorreu entre o final do século XIX e início do século XX, com a utilização da energia elétrica desenvolvendo maquinaria automática, a produção em massa e o alto grau de especialização do trabalho levou ao comércio internacional. Esta expansão internacional deu lugar ao começo da globalização, com o desenvolvimento de novas tecnologias de transporte que deste modo possibilitou a transição da economia para um crescimento mais dinâmico.

A terceira revolução teve início em 1960 com enormes mudanças no desenvolvimento da tecnologia e economia, larga oferta de produtos o que gerada pela massificação da produção na indústria e a rápida e constante informação gerada pela tecnologia da informação, telecomunicações e eletrônica. Esta massificação resultou de um decréscimo nos preços dos produtos, alterando a relação entre o consumidor e o produto. Com isto, o início do consumo tornou-se inevitável.

Atualmente, estamos perante a quarta Revolução que permite que a ligação entre a maquinaria e as pessoas seja possível, para isso são usadas tecnologias inteligentes, que acompanham todas as etapas da produção.

*AST FASHIONS L*

*WFASHION FAS*

*TFASHIONSLOW*

*FASHIONFASTFA*

*HIONSLOWFAS*

*IONFASTFASHI*

# 3

***FAST FASHION vs. SLOW FASHION***

---

O presente capítulo descreve a evolução do fenómeno *Fast Fashion*, bem como o conceito de desenvolvimento sustentável e finalmente o movimento *Slow Fashion*.

Por fim, este capítulo encerra com uma análise SWOT dos conceitos, *Fast Fashion* e *Slow Fashion*, de modo a encontrar um caminho consistente para o desenvolvimento do projeto final.

### **3.1. FAST FASHION**

Os elevados padrões de consumo praticados pela sociedade contemporânea e o rápido acesso das tendências fizeram ressoar o sistema *Fast Fashion*. Caracteriza-se como um sistema veloz industrial vertical, com grande retomo financeiro que abrange todo o ciclo de produção de artefactos têxteis - desde a fiação à tecelagem, tinturaria, acabamentos e transformação em peças de vestuário e sua distribuição, com o objectivo de responder rapidamente às mudanças de tendências da moda, colocando sempre o consumidor em evidência na tentativa das empresas ganharem vantagem competitiva através da velocidade de resposta às constantes e cada vez mais frequentes mudanças no mercado.

Várias razões levaram ao desenvolvimento deste fenómeno do *Fast Fashion*, segundo LOWSON (2001. p. 544), uma delas foi a concorrência crescente dos países com baixo custo (fig. 22) que levou as empresas a mudarem as suas estratégias de produção e distribuição para se distinguirem no mercado, gerando uma grande capacidade de minimizar riscos e custos das coleções, tornando flexível a cadeia de produção que, por isso mesmo, são criticadas por precisarem de cumprir preços e condições de prazos que levam à exploração da mão de obra; a capacidade de produção de resposta rápida e a capacidade de um design moderno do produto em que ambas são combinadas para reduzir os prazos de produção e atingir um alto grau de velocidade, flexibilidade e capacidade rápida ao abastecimento de loja, para isto os fornecedores precisam de adaptar rapidamente e continuamente uma procura sempre incerta e em constante mudança. (CACHON, G, SWINNEY, R. 2010. p.778-795).

Por entre os motivos que permitiram o desenvolvimento e sucesso deste modelo, existe também a capacidade de enfrentar os três problemas principais que as empresas enfrentam: o problema de risco, a gestão da criatividade e a gestão da distribuição:

– O primeiro problema refere-se à contingência da procura em que no modelo tradicional gere as duas estações por ano, ou seja, a identificação de tendências futuras na sociedade de consumo exige vários meses fazendo com que a informação seja muitas vezes incompleta e ambígua. A este respeito afirma-se que na realidade a demanda dos produtos de moda não pode ser prevista;

– O segundo problema é a gestão do sistema criativo que é essencial na indústria da moda, onde é importante inovar continuamente num curto espaço de tempo para que os produtos sejam sempre atraentes e prontos para serem vendidos;

– O terceiro problema é a gestão de distribuição, onde as entregas devem de ser feitas em prazos curtos, requerendo uma forte integração vertical, combinando processos de produção, distribuição, e vendas que estão sob a responsabilidade e controle de uma mesma empresa, não estando dependente de outras organizações para produzir ou comercializar os seus produtos.

Segundo MERAUVIGLIA (2014. p. 6), este problema define-se em três tempos:

– “*time to market*”: tempo da transformação do produto que está a ser concebido, até estar disponível para venda;

– “*time to serve*”: o tempo entre receber um pedido no centro de distribuição e a entrega dos produtos para a loja;

– “*time to react*”: o tempo desde o reconhecimento das mudanças até à sua saída de loja.





Fig. 23 Mandegar, *Fashion industry*, sem data.



Fig. 24 Andrew Morgan, *The true cost*, 2015.

A sociedade atual está habituada às constantes mudanças das tendências e preocupada em satisfazer as suas necessidades individuais de consumo, sem qualquer atenção às desastrosas consequências ambientais resultantes do aumento do desperdício de moda (FLETCHER, K. 2010. p. 259).

A moda é a segunda indústria mais poluente do Mundo (fig. 23), e conforme a ativista MORGAN (2015. s.p.), no documentário *The True Cost* (fig. 24), afirma que na década de 1960 a indústria da moda americana produzia cerca de 95% da sua produção, e atualmente somente 3% são produzidas nos Estados Unidos. A restante percentagem é produzida em países como Bangladesh, Índia, Camboja e China, os principais países onde o custo da mão de obra é muito baixa. O autor CIETTA (2010. s.p.), aponta que a loja H&M consegue produzir uma camisa em apenas 48,5 segundos e são essas as estratégias implementadas que tornam os trabalhadores escravizados e a viverem em condições degradantes (fig. 25), expostos a pesticidas causadas pela produção de algodão geneticamente modificado, causando danos ambientais, defeitos congênitos que provocam deficiências físicas e mentais nas povoações. (MORGAN, A. 2015. s.p.) Todos estes fatores são comandados pelas empresas *Fast Fashion*, que têm o principal objetivo de minimizar os custos de produção e maximizar o lucro.

Porém, estas empresas são também associadas à baixa qualidade dos materiais e dos acabamentos durante a sua produção (CLINE, E. 2012. s.p.) . A maioria das roupas de hoje são feitas através de fibras sintéticas à base de petróleo, levando décadas a serem decompostas.



Fig. 25 Sem autor, *Fashion Victims*, 2015.

Na sequência das conclusões obtidas da pre recolha, análise e sistematização de dados obtidos a partir da revisão de literatura relevante, passamos a analisar os principais receptores desta redesindustrial global.

A ZARA é uma marca espanhola do grupo INDITEX, empresa líder neste sector que desde o início implementou esta nova estratégia. Desde então, o crescimento tem sido crescente, incluindo novas marcas para este grupo, como por exemplo, a BERSHKA, STRADIVARIOUS, PULL&BEAR, MASSIMO DUTTI, UTERQUE, ZARA HOME e OYSHO com aberturas a ocuparem o planeta inteiro.

Estas lojas definem-se pelas suas constantes vendas, abastecidas duas vezes por semana, o que leva a 260 designers a trabalharem num ritmo arrebatador. Segundo ROGAR (2012. s.p.), designers e especialistas trabalham em diferentes campos para identificar tendências emergentes diariamente para criar e renovar novas linhas, através da análise de diferentes fontes, desde a observação do estilo na rua ou qualquer evento que pode surgir novas ideias para novas linhas, evitando vendas perdidas, reduções e excessos de stock.

H&M é o segundo maior grupo de *Fast Fashion* fundado em Vasteras por Erling Persson, em 1947. Conhecida por oferecer as últimas tendências de moda, competindo juntamente com a empresa ZARA, esta marca especializa-se na inspiração das últimas tendências contemporâneas vistas em desfiles inspiradas nas empresas *high-end* e vendidas por preços *low-cost*.

O seu lema tem vindo a ser alterado gradualmente para um conceito de negócio mais sustentável, oferecendo moda e qualidade ao melhor preço, fazendo colaborações com marcas *high-end* (fig. 26) de todo o Mundo que oferece ao consumidor a experiência de possuir artigos de luxo a preços apelativos - *At H&M, we have set ourselves the challenge of ultimately making fashion*

*sustainable and sustainability fashionable.*" (PERSSON, K. 2014. s.p.)<sup>5</sup>

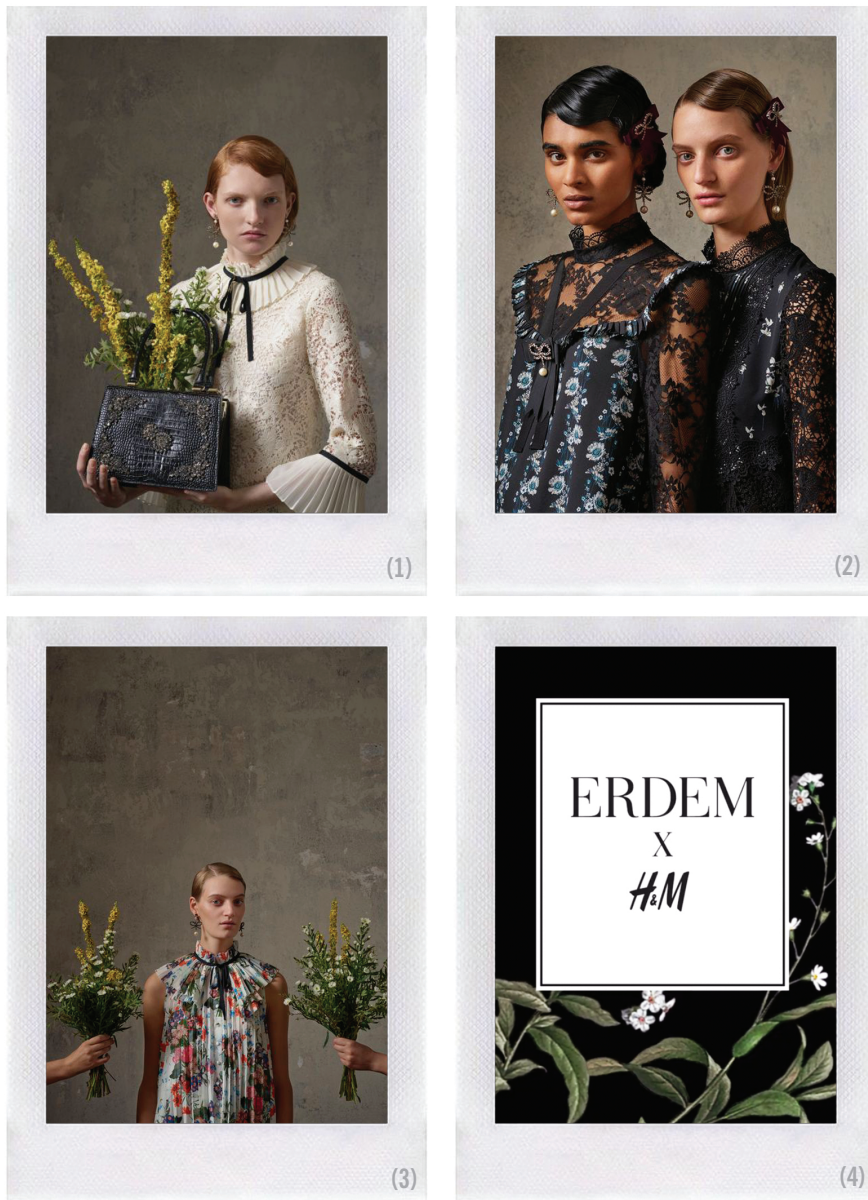


Fig. 26 (1) Michal Pudelka, *H&M Erdem New Fall collection*, 2017. (2) Michal Pudelka, *H&M Erdem New Fall collection*, 2017. (3) Michal Pudelka, *H&M Erdem New Fall collection*, 2017. (4) H&M, *H&M Erdem*, 2017

---

<sup>5</sup> Na H&M, finalmente, propusemos o desafio de tornar a moda mais sustentável e sustentabilidade na moda. (T.L.)

Para além da H&M este grupo inclui as marcas COS, Monki, Weekday, Cheap Monday, & Other Stories que também impulsionam o progresso em questões ambientais e sociais através da construção de uma cadeia mais sustentável.

Na sequência não só das más práticas de empresas produtoras de vestuário e acessórios *Fast Fashion*, por vezes também designados como marcas Kleenex <sup>6</sup> - pela ausência de respeito pelos direitos de autor e ignorância das mais básicas normas éticas, produzindo em tempo recorde cópias baratas de itens desenhados pelos mais reconhecidos designers do mundo, garantindo a sua oferta muito antes dos originais (fig. 27) – mas também do avanço da tecnologia que passou a permitir o acesso digital e em tempo real aos desfiles de moda, contribuindo assim para uma certa desmistificação da própria moda ao mesmo tempo que garantia o acesso material para cópia, nos meados da segunda década do presente século gerou-se o movimento *See it Now, Buy It Now* <sup>7</sup>, numa tentativa de proteger as grandes marcas e designers lesados. Esta estratégia de mercado foi adoptada por marcas como Tom Ford, Burberry, Tommy Hilfiger e Ralph Lauren, que passaram a apresentar publicamente as suas coleções sobre a estação ao invés da antecipação semestral, encurtando assim o espaço temporal para serem alvo de contrafação barata, muito embora algumas tenham recentemente abandonado esta estratégia.

---

<sup>6</sup> Marcas descartáveis, com produtos de pouca duração. (T.L.)

<sup>7</sup> Veja agora, Compre agora. (T.L.)



Fig. 27 (1) @Rosa H, *FASHIONCLONES*, 2018. (2) @Rosa H, *FASHIONCLONES*, 2018. (3) @Rosa H, *FASHIONCLONES*, 2018. (4) @Rosa H, *FASHIONCLONES*, 2018.

### 3.2. DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

O desenvolvimento sustentável foi abordado em 1987 pela Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, criada pela Organização das Nações Unidas (ONU) e dirigida por Gro Harlem Brundland (1983-1987) através de várias discussões sobre a super exploração negativa que o Homem estava a ter sobre o meio ambiente.

Brundland Commission (1987. s.p.) apresentou a definição para o conceito pela primeira vez na sua palestra dada no Campus da Colorado State University Campus - *“Sustainable development is development that meets the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs.”*<sup>8</sup>

Os pensamentos gerais sobre a sustentabilidade tendem a basear-se no termo Triple Bottom Line (fig. 28) criado por ELKINGTON (1994. p. 90-100) que se domina por entre três dimensões: sustentabilidade ambiental, social e económica. Estes três pilares contribuem para a progressão da empresa de uma forma mais sustentável e estável no mercado, apresentando habilidades económicas, sociais e ambientais necessárias para o crescimento próspero do desenvolvimento sustentável.



Fig. 28 Sem autor, *Diagrama: Elkington's Triple bottom of line, sem data.*

<sup>8</sup> Desenvolvimento sustentável é um desenvolvimento que atende as necessidades do presente sem comprometer a capacidade das gerações futuras de responder às suas próprias necessidades. (T.L.)

A sustentabilidade económica é definida como a manutenção do capital, viabilidade financeira e os impactos que uma organização tem sobre as condições económicas dos seus *stakeholders*, bem como os níveis locais, nacionais e mundiais do sistema económico; a sustentabilidade social está voltada para o bem-estar dos seres humanos e é criada para apoiar a capacidade das gerações atuais e futuras, criando comunidades saudáveis e habitáveis; por fim, a sustentabilidade ambiental, protege as fontes de matérias-primas utilizadas para as necessidades humanas e reduz os resíduos para garantir o bem-estar humano. (GOODLAND, R. 1995. p. 3)

Algumas associações como a Ethical Fashion Initiative (2009. s.p.) tentaram integrar a sustentabilidade económica, social e ambiental como uma moda mais sustentável. Consequentemente, a indústria da moda tomou iniciativas significativas na sustentabilidade ambiental e social com preocupações sobre o impacto da roupa no meio ambiente e no ser humano, onde foram enfatizados como uma forma de alcançar o desenvolvimento sustentável incluindo materiais ecológicos, redução no volume de consumo, promoção da reciclagem, melhoramento das condições de trabalho e negociação da maneira mais justa entre os países em desenvolvimento. (BRUNDTLAND COMMISSION, 1987. s.p.)

Tendo como exemplo, uma das primeiras parcerias com esta associação foi com Vivienne Westwood (2013) que desenvolveu uma coleção utilizando material reciclado, aplicado em diversos acessórios inspirados nos tecidos africanos (fig. 29). Desde então, Vivienne tem trabalhado com artesãos de Burkina Faso que produzem artesanalmente tecidos de algodão para as suas coleções femininas.

*Fast Fashion VS. Slow Fashion*

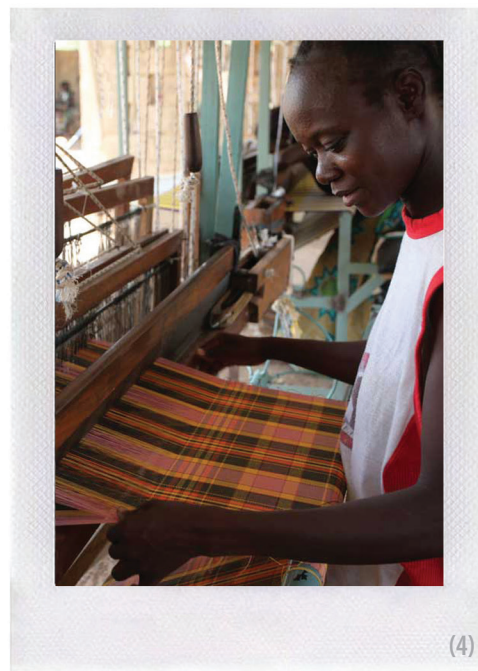
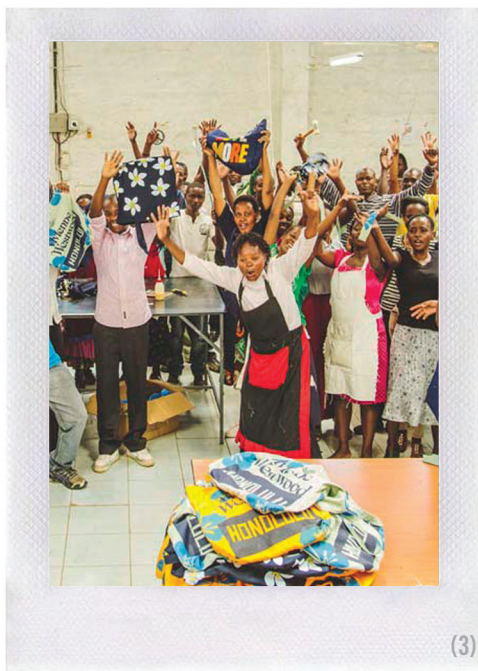
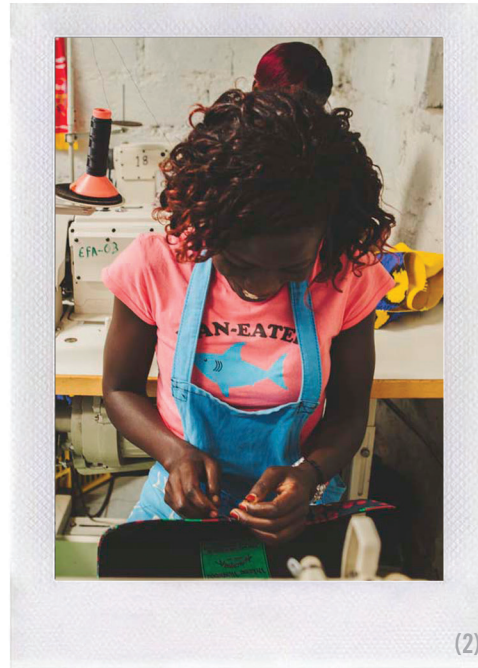
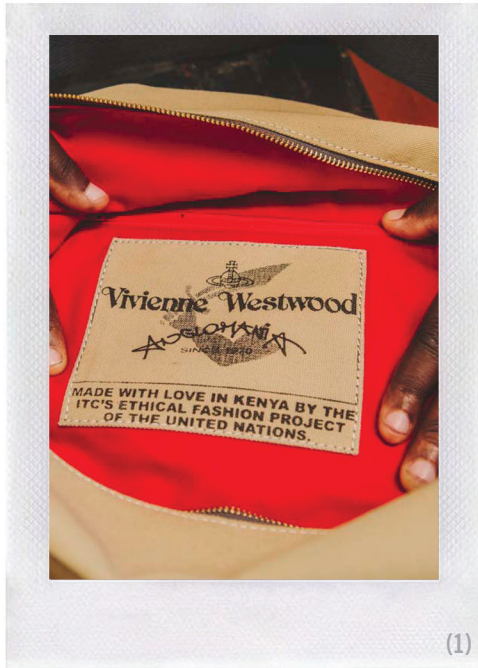


Fig. 29 (1) Louis Nderi, *Vivienne Westwood and Ethical Fashion Initiative*, 2011. (2) Louis Nderi, *Vivienne Westwood and Ethical Fashion Initiative*, 2011. (3) Louis Nderi, *Vivienne Westwood and Ethical Fashion Initiative*, 2011. (4) Louis Nderi, *Vivienne Westwood and Ethical Fashion Initiative*, 2011.

Outro exemplo de parceria com esta associação foi a marca sustentável EDUN (2017), que apresentou uma coleção com tecido de algodão feito pela rede de artesãos da Ethical Fashion, na sua coleção de Primavera/Verão (fig. 30). Esta parceria permitiu desenvolver capacidades de fabricação em África e mostrar a criatividade e as habilitações manuais do Continente.

Mais recentemente alargaram a actividade têxtil em Mali (algodão), Afeganistão (seda e cachemira), assim como iniciaram a produção de acessórios no Quênia (2018), Mali e Haiti.



Fig. 30 Louis Nderi, *EDUN and Ethical Fashion Initiative*, 2017.

– **Sustentabilidade ambiental:**

Segundo SOJIN (2014. p. 19), as etapas do ciclo de vida do vestuário afetam significativamente o meio ambiente porque requerem várias etapas como o cultivo da fibra, produção têxtil, design, produção do vestuário, transporte, vendas, uso do consumidor e por fim o descarte.

A energia, água e produtos químicos são necessários na produção de matérias-primas para a fabricação de roupa, tornando o meio ambiente uma consequência para o ciclo de vida do vestuário. Durante a produção, o algodão precisa de uma quantidade substancial de pesticidas e inseticidas para o seu crescimento devido à sua vulnerabilidade de ataques dos insetos, estimando-se a necessidade de 10% do uso mundial anual de todos os pesticidas sintéticos, o que faz com que o impacto seja tóxico e persistente para o meio ambiente, levando ao envenenamento dos agricultores, bem como à degradação dos recursos naturais. O transporte e distribuição entre empresas para os consumidores finais consomem energia e geram poluição, no final das etapas a roupa é movida para os aterros aumentando os resíduos sólidos na Terra.

Gradualmente, a indústria da moda tem vindo a substituir substâncias químicas nocivas por materiais ecológicos, cultivados e reciclados organicamente para diminuir o impacto ambiental. A abordagem ambiental deve ser orientada para reduzir a quantidade de recursos não renováveis e sustentar a redução da camada de ozono. Com isto, o autor GOODLAND (1995. s.p.) identificou três maneiras de melhorar o bem-estar humano pela manutenção de recursos naturais: as emissões de resíduos não devem exceder a capacidade de assimilação do meio ambiente; a taxa de extração de recursos renováveis deve de ser mantida dentro da taxa de regeneração; a extração de recursos não renováveis deve de ser minimizada. No que diz respeito aos estudos feitos sobre o consumo do vestuário ambientalmente sustentável, GAM (2011. p. 178-193), sugeriu que a intenção de compra de roupas ecológicas fosse direcionada pela orientação



Fig. 31 Natrot, *Green eco energy concept*, sem data.

da moda, bem como a preocupação ambiental (fig. 31). Um dos exemplos característicos desta sustentabilidade é a NIKE INC. que desenvolveu o índice de sustentabilidade dos materiais em termos de redução de energia, produtos químicos, água e resíduos. No entanto, tal como os materiais, o consumo substancial também pode causar a libertação de toxinas na água e no solo, degradação da Terra, assim como o esgotamento dos recursos naturais, incluindo não apenas a fibra, mas também a água e a energia para processar a fibra.

– **Sustentabilidade social:**

Este conceito está fortemente relacionado com a responsabilidade social corporativa, agravada pela carga de trabalho excessivo, salários baixos, condições de trabalho precárias e exploração laboral. Em 1990 devido a estas causas, os EUA começaram a aumentar o interesse pelo bem estar humano, devido às críticas apresentadas das empresas que negligenciaram o impacto social.

Ativistas como, HUTCHINS e SUTHERLAND (2008. s.p.), acreditam que as práticas do comércio justo melhorariam o bem-estar dos trabalhadores ao garantirem uma segurança justa nas condições de trabalho e pagamento justo dos salários, considerando a sustentabilidade ambiental e as comunidades em desenvolvimento. SOJIN (2014. p. 20) por sua vez, considera que a missão deste comércio é reduzir a pobreza e fortalecer relacionamentos justos com os produtores e artesãos, atendendo às necessidades dos consumidores de forma socialmente sustentáveis. Alguns consumidores entendem a filosofia do comércio justo como um aumento na rentabilidade dos artesãos (fig. 32), distinguindo-os das abordagens comerciais convencionais. Desta forma, a indústria da moda está intimamente ligada à sustentabilidade que se encontra em crescimento progressivo, tendo em consideração os impactos ambientais e sociais do vestuário, levando-nos para um conceito designado como sistema circular.



### 3.2.1. SISTEMA CIRCULAR

O conceito de economia circular foi criado e usado em 2014 por dois autores, Dr. Anna Brismar (2014) e a H&M, especificamente numa empresa de sustentabilidade na sede em Estocolmo que usou pela primeira vez este termo para planear um evento de moda sustentável. Como desenvolvedor do evento, a empresa H&M apresentou a primeira definição e princípios da economia circular que constituíram a base teórica do evento como orientação para marcas envolvidas no desfile de moda.

Conforme definido por BRISMAR (2014. s.p.), o principal conceito desta nova economia é o aproveitamento máximo de matérias primas onde as empresas devem de reutilizar todos os elementos envolvidos no processo de desenvolvimento para que os resíduos produzidos desapareçam por completo. Os resíduos devem de ser transformados através da mudança em materiais que promovam a reutilização, recuperação e reciclagem; onde a principal ideia é eliminar o conceito de lixo, ou seja, criar um fluxo cíclico de produto para produto, preservando, assim o seu valor, ganhando mais origens em causas naturais e no fim de vida retomam à sua origem através de formas com menor impacto ambiental. Contrariamente à forma como a economia tem funcionado até hoje baseada maioritariamente por um padrão linear (COMISSÃO EUROPEIA, 2018. s.p.) - recolha, produção e eliminação (fig. 33).

Através de um estudo recente, LACY e RUTQVIST (2015. s.p.) estima que 80 biliões de peças foram compradas num ano em todo o mundo, ou seja 400% mais do que foi há dez anos atrás, gerando um vasto volume de descarte. Com isto entra em destaque a economia circular que surge como uma alternativa de organização para a indústria da moda e para o seu desenvolvimento progressivo.

As principais chaves da moda circular dizem respeito ao ciclo de vida de um produto, do design e *sourcing*, produção, transporte, armazenamento,

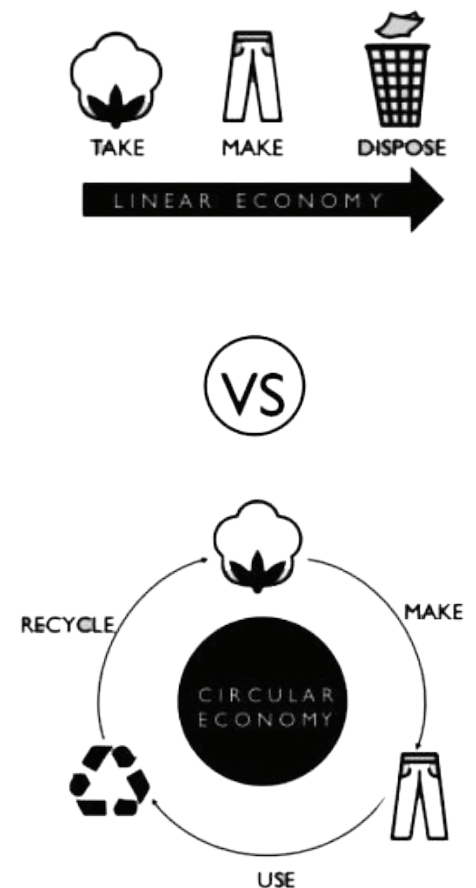


Fig. 33 NL Consulate Istanbul, *Diagrama: TMoving towards a circular economy, 2017.*

comercialização e venda, bem como a fase do usuário e o fim de vida do produto.

De acordo com a fundação MACARTHUR (2017. s.p.), os produtos de moda devem de ser projetados de forma a garantir grande longevidade, eficiência de recursos locais, não tóxicos, renováveis, biodegradáveis e recicláveis, bem como as práticas seguras e éticas (fig. 34). Além disso, os produtos devem de ser utilizados durante o maior tempo possível, através de bons cuidados, reparos, remodelações e compartilhamento entre usuários múltiplos ao longo do tempo.

Benefícios que a economia circular transmite para a sociedade (fig. 34):

- Promove a eco-inovação;
- Mantêm os produtos, materiais e recursos na economia pelo maior período de tempo possível;
- Garante benefícios económicos, na medida em que representa um estímulo para a criatividade na redução de custos e impulsiona a criação de empregos;
- Cria novos modelos de negócio;
- Benefícios ambientais através da diminuição da produção de resíduos;
- Aumenta o ciclo de vida de cada produto.

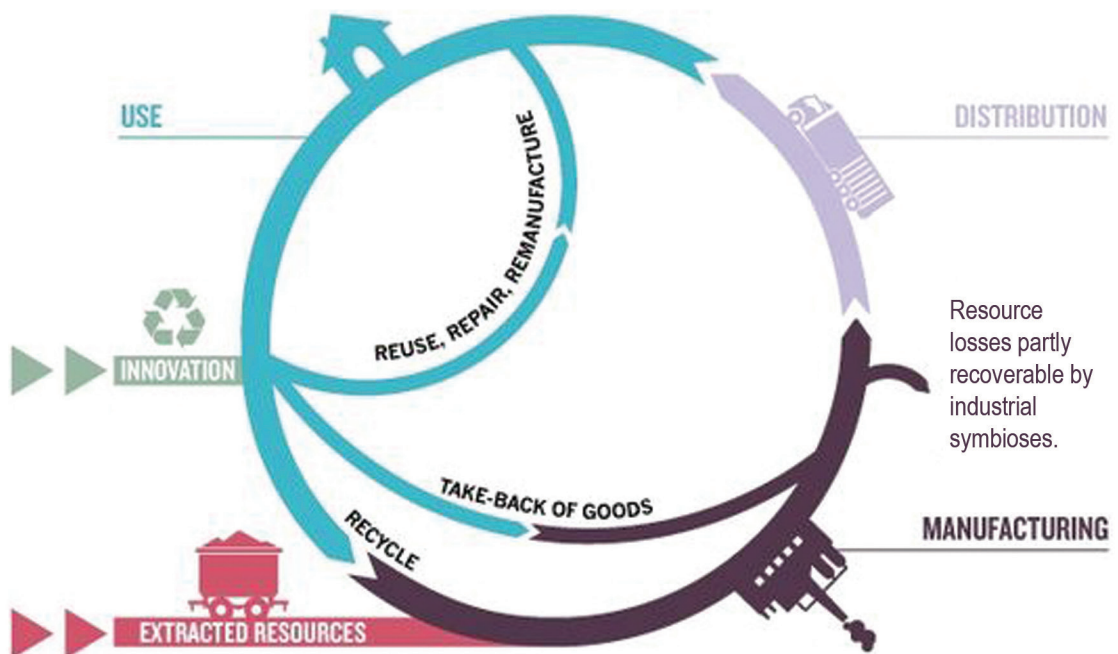


Fig. 34 Knowledge transfer network, *Circular economy*, 2016.



Fig. 35 *Fashion Revolution, Who made your clothes, 2013.*

### **3.3. SLOW FASHION**

Com a crescente atenção à sustentabilidade dentro da cultura do consumidor o movimento *Fast Fashion* gradualmente tem vindo a ser criticado, com isto, a moda lenta entra em destaque designando-se como um recente movimento sustentado na indústria do vestuário fundado pela jornalista Kate Fletcher (2007). Este movimento é derivado do conceito do Slow Food iniciado em 1989 em Itália como uma reação ao *Fast Food* (CLARK, H. 2008. s.p.), momento em que os consumidores mais conscientes começaram a aperceber-se do gradual desaparecimento da comida tradicional e da perda de interesse genérico pelo sabor e origem natural dos alimentos.

*Slow Food* foi criado para ser uma forma de viver e comer que procurava o prazer da comida, juntamente como o compromisso da comunidade e meio ambiente. Este movimento não só tornou os consumidores mais informados do que compravam e de como os produtos eram produzidos, mas também ensiná-los a fazer escolhas mais sustentáveis para restituírem a ligação de comunidade que tinham através da comida feita localmente. Como a comida, ADAMCZYK (2014. s.p.) da empresa Forbes concorda que a moda também entra no ciclo do *Slow Fashion*, uma vez que este conceito tem vindo a ser discutido como uma forma de resolver problemas da moda não sustentável, e não ser apenas útil para o meio ambiente, mas também para os trabalhadores, materiais e economia (fig. 35).

Vários designers independentes e marcas já se adaptaram a este movimento como a Levis Strauss que introduziu uma nova linha mais sustentável designada por *Made&Crafted* que fortalece a durabilidade do material e a responsabilidade social em relação aos trabalhadores das fábricas em Bangladesh. Em comparação com os métodos de fabricação convencional, 30% menos de água e energia são consumidos para produzir esta linha. Também algumas lojas de *fast fashion* já começaram a envolver-

se em actividades sustentáveis ao tomar a ideia de utilizar resíduos têxteis, como por exemplo a Topshop que criou a coleção *Reclaim to Wear*, na qual os produtos são feitos com restos da produção anterior.

A H&M introduziu uma iniciativa de angariação de roupas que tem vindo a modificar a mentalidade do consumidor, para entenderem que as roupas antigas podem ser uma fonte de roupas novas (fig. 36). Esta marca associou-se também à World Wire Fund for Nature para gerenciamento de água e desenvolvimento de padrões de uma nova indústria. Desta mesma forma, a Zara está a exercer a redução de emissões de CO2 em 10% e promover roupas ecológicas em novos desenvolvimentos de produtos e materiais.



Fig. 36 H&M, *America Recycle day*, 2017.

CLARK (2008. p. 427-446) identifica duas componentes do *Slow Fashion*: valor nos recursos locais e transparência no sistema de produção, criando produtos sustentáveis e sensoriais. O sistema de orientação local e transparente garante o desenvolvimento e a diversidade da comunidade que resulta de uma maior sustentabilidade ambiental reduzindo significativamente as emissões de carbono em comparação com a produção global que exige um transporte de longa distância entre países.

Este sistema de produção local consegue ter menos intermediação entre o produtor e consumidor em comparação com a produção *standard*, ajuda os consumidores a entenderem melhor as suas roupas capitalizando a cultura e recursos locais, resultando de uma menor intermediação entre os sistemas de produção, tornando-as mais transparentes nas facilidades nas colaborações entre designers, produtores e consumidores.

Uma vez que este movimento apela ao lado mais consciente do ser humano a produção é de baixa velocidade e em pequenas quantidades o que resulta de um crescimento ecológico de matérias primas, são utilizados os conceitos dos tecidos *eco-friendly* e tecnologias para reduzir os resíduos e poluição, o que estimula aos consumidores conscienciosos que consideram a sua compra numa maneira holística especialmente, desde que ficaram mais informados e preocupados do seu impacto ambiental e social. A autora JOHANSSON (2010. s.p.) reforça ainda que o *slow Fashion* vinca-se na valorização da dedicação, qualidade e pensamento a longo prazo, gerando, assim, o respeito pelo ambiente e sociedade, valorizando as pessoas que se envolvem na produção, fortalecendo a cultura de uma região recorrendo aos costumes, tradições e incentivando o consumo consciente.

*“Eco-friendly fashion is something I’ve always felt strongly about. You have to create demand so the customer base will grow. We’ve been doing organic for years in my own collection, in my lingerie and with the Adidas collaboration. We touch on it across the board. I think it’s a bit more sincere to do that. It’s part and parcel for us as a brand.”*  
(MCCARTNEY, S. 2012. s.p.)<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup> Moda ecologicamente amigável é algo que sempre senti fortemente. É preciso criar uma procura para que o consumidor cresça. Temos feito coleções orgânicas durante alguns anos, na minha coleção de lingerie e com a colaboração da Adidas. Penso que seja mais ético fazer desta forma. É uma parte importante para nós, como marca. (T.L.)

Com a divulgação do Manifesto Anti-Moda (fig. 37), a autora EDELKOOT (2015. s.p.) discute o sistema da moda criticando o cenário actual - *"It's the end of fashion as we know it"*<sup>10</sup> - defendendo o trabalho colaborativo, valorização dos trabalhos manuais e prolongamento da vida útil das peças de vestuário, empregando artesãos treinados em condições de trabalho seguras e humanas. Autores como JOY, SHERRY, VENKATESH, WANG e CHAN (2012. p. 290) afirmam que as marcas de luxo conseguem empregar estas características no seu vestuário, como Stella McCartney, Ferragamo e Vivienne Westwood entre outros.

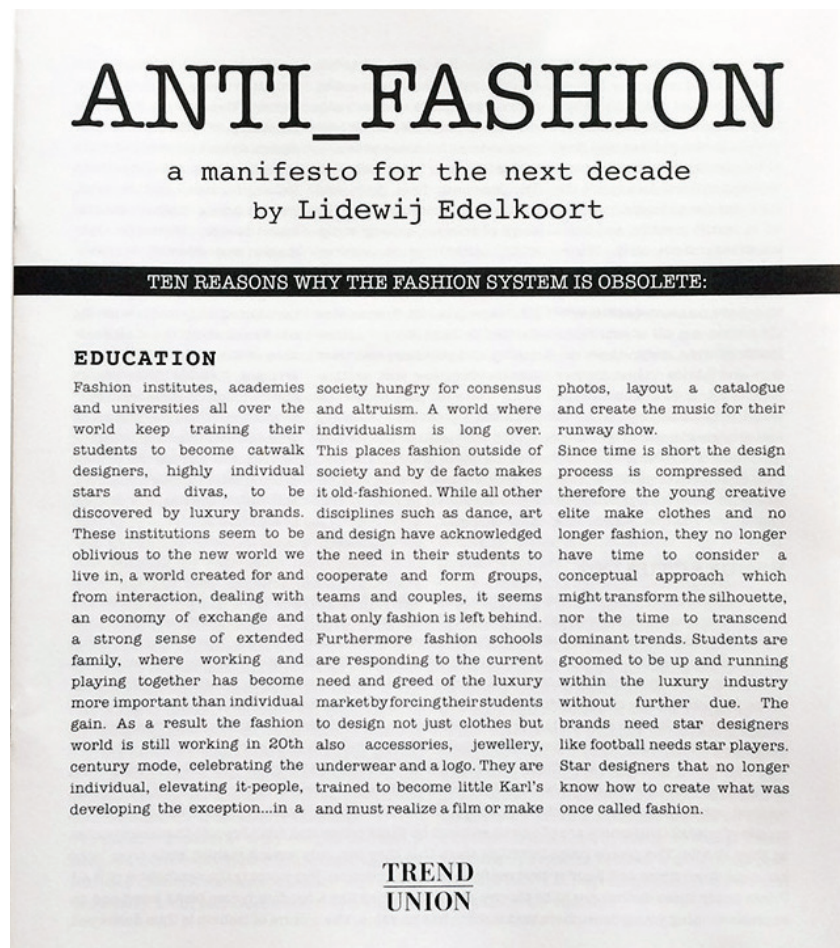


Fig. 37 Lidewij Edelkoort, *Manifesto Anti-Fashion*, 2015.

<sup>10</sup> É o final da moda como a conhecemos. (T.L.)

Apesar das empresas *fast Fashion* conseguirem praticamente igualar os produtos de luxo em termos visuais, são menos capazes de combinar elementos de valor mais profundos, como padrões éticos elevados no *sourcing*, uso eficiente do material e fabricação, montagem e distribuição de baixo impacto (fig. 38). Todos estes valores representam uma oportunidade para as marcas de luxo e justificar o seu valor de compra.



Fig. 38 Sophie Carre, *Les étapes de la conception de la robe plissé du défilé Dior haute couture*, 2018.

### **3.4. ANÁLISE SWOT - INTRODUÇÃO**

Esta ferramenta de investigação, a análise SWOT, foi desenvolvida pelos professores da Harvard Business School, Kenneth Andrews e Roland Christensen em 1960, professores da Harvard Business School, que se baseia na verificação da posição estratégica de cada empresa ou produto representando as suas principais forças, fraquezas, oportunidades e ameaças (fig. 39).

Para rentabilizar esta estratégia é importante conhecer as forças e fraquezas de uma organização, confrontá-la e adaptá-la às mudanças do ambiente externo, aproveitando as oportunidades. As forças e fraquezas correspondem ao modelo de avaliação organizacional, enquanto as oportunidades e ameaças representam a posição competitiva no mercado.

Apesar de muitas outras estratégias terem-se desenvolvido, o modelo SWOT continua a ser um elemento central na base de investigações, mostrando as abordagens internas e externas.

		OBJETIVOS INTERNOS	
		FORÇAS (STRENGTHS)	FRAQUEZAS (WEAKNESS)
OBJETIVOS EXTERNOS	OPORTUNIDADES (OPPORTUNITIES)	<b>SO</b>  . Analisar as forças da organização para detetar o máximo de oportunidades que nos pode oferecer.	<b>WO</b>  . Aumentar as estratégias para diminuir as fraquezas da organização e ao mesmo tempo aproveitar as oportunidades.
	AMEAÇAS (THREATS)	<b>ST</b>  . Detetar as forças para minimizar as ameaças emergentes.	<b>WT</b>  . As estratégias desenvolvidas devem de minimizar as fraquezas, de modo a enfrentarem as ameaças.

Fig. 39 Autora, Análise SWOT, 2018.

### **3.4.1 ANÁLISE DOS OBJETIVOS INTERNOS E EXTERNOS**

De modo a obtermos uma identificação mais correta dos princípios relativos aos tópicos propostos anteriormente, foi elaborada uma análise dos objetivos internos identificando as forças e fraquezas.

Neste caso de estudo, os objetivos externos tornam-se pouco relevantes porque estes dois sistemas, *Fast Fashion* e *Slow Fashion*, não podem entrar em competição no mercado pelos distintos valores éticos que cada um possui. Contudo, foi feita uma análise das oportunidades e ameaças de cada um destes movimentos, para obtermos uma conclusão mais concisa.

#### **3.4.1.1. FAST FASHION (FIG. 40)**

##### **Objetivos internos:**

– A nível das forças o *Fast Fashion*: (1) gere uma resposta rápida às tendências da moda que se encontram em constante mudança; (2) a produção é massificada o que baixa o valor do produto final; (3) este sistema torna-se bastante lucrativo no mercado global.

– A nível das fraquezas (1) considera-se uma falta de qualidade na produção; (2) ausência de individualidade e criatividade; (3) desaparecimento de relação íntima entre o produtor e o produto; (4) perda de identidade da peça tornando-a descartável.

##### **Objetivos externos:**

– A nível das oportunidades o *Fast Fashion*: (1) consegue estar sempre a par das novas tendências; (2) permite a rapidez de todas as etapas

do processo de produção e distribuição.

– A nível das ameaças: (1) a negligência nas condições de trabalho é maior, causada pela rápida produção; (2) A baixa qualidade e preços mínimos dos produtos resulta de um aumento de desperdício.

<b>Factores Internos</b>	<b>FORÇAS</b> <ul style="list-style-type: none"><li>. Rápida resposta às tendências da moda;</li><li>. Produção massificada;</li><li>. Bastante lucrativo.</li></ul>	<b>FRAQUEZAS</b> <ul style="list-style-type: none"><li>. Falta de qualidade na produção;</li><li>. Falta de individualidade e criatividade;</li><li>. Perda de relação íntima entre o produtor e o produto;</li><li>. Perda de identidade do produto.</li></ul>
<b>Factores Externos</b>	<b>OPORTUNIDADES</b> <ul style="list-style-type: none"><li>. Tendências atualizadas;</li><li>. Rapidez em todas as etapas de produção e distribuição.</li></ul>	<b>AMEAÇAS</b> <ul style="list-style-type: none"><li>. Negligência nas condições de trabalho;</li><li>. Aumento de desperdício.</li></ul>

Fig. 40 Autora, Factores internos e externos do *Fast Fashion*, 2018.

### **3.4.1.2. SLOW FASHION (FIG. 41)**

#### **Objetivos internos:**

– Ao nível das forças o *Slow Fashion*: (1) reduz o consumo de recursos e quantidade de resíduos; (2) melhora a qualidade do produto; (3) respeita a dedicação e criatividade; (4) valoriza as habilidades tácteis; (5) gere uma ligação emocional entre o consumidor e produtor; (6) produz produtos sensoriais que conferem história, gosto e origem ao vestuário.

– A nível das fraquezas: (1) considera-se um processo de produção lenta e cara; (2) dificuldade em responder ao ritmo imposto pelo Mundo da moda.

#### **Objetivos externos:**

– A nível das oportunidades o *Slow Fashion*: (1) consegue uma maior originalidade dos produtos, individualizando-os; (2) gere uma relação mais íntima entre o produto e consumidor; (3) produz peças duradouras e com melhor qualidade.

– A nível das ameaças (1) a produção é feita em pequenas quantidades e em velocidades baixas; (2) os produtos são mais caros.

<b>Factores Internos</b>	<p style="text-align: center;"><b>FORÇAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>. Redução no consumo de recursos;</li><li>. Melhor qualidade do produto;</li><li>. Valorização da dedicação e criatividade;</li><li>. Valorização das habilidades tácteis;</li><li>. Produtos sensoriais.</li></ul>	<p style="text-align: center;"><b>FRAQUEZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>. Produção lenta e cara;</li><li>. Dificuldade no acompanhamento do ritmo imposto pela indústria da Moda.</li></ul>
<b>Factores Externos</b>	<p style="text-align: center;"><b>OPORTUNIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>. Maior originalidade dos produtos;</li><li>. Produtos duradouros, com maior qualidade.</li></ul>	<p style="text-align: center;"><b>AMEAÇAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>. Produção em pequenas quantidades e em velocidades baixas;</li><li>. Produtos mais caros.</li></ul>

Fig. 41 Autora, Factores internos e externos do *Slow Fashion*, 2018.

*Fast Fashion VS. Slow Fashion*

---

Com o desenvolvimento deste capítulo, podemos concluir que a Revolução Industrial tem causado grande impacto sobre a economia, sociedade e globalização. As produções em larga escala do *Fast Fashion*, têm vindo a interferir no comportamento do consumidor, fazendo com que este se tornasse mais dependente do consumo, o que provocou uma maior pressão de competição nas empresas, para produzir mais por menos em tempo reduzido, destoando na qualidade.

Comparativamente, temos o desenvolvimento sustentável que tem tido um papel fulcral na evolução da indústria da moda. Sendo atualmente uma preocupação cada vez mais recorrente por parte dos consumidores, o *Slow Fashion* surge como forma de sustentar a moda tanto a nível ambiental, como económico e social.

A relação entre o *Slow Fashion* e a valorização das habilidades tácteis estão presentes através dos artesãos que transmitem a partir dos sentidos sensoriais, a autenticidade, criatividade e exclusividade, interligando desta forma a arte e cultura.

Para finalizar, podemos concluir que a análise SWOT mostra as vantagens e desvantagens de cada um dos sistemas estudados. De um modo geral conclui-se que o *Fast Fashion* gere uma produção massificada, inferiorizando a qualidade na produção e criação enquanto o *Slow Fashion* respeita a dedicação e valorização dos vários processos de produção, melhorando a qualidade do produto e tornando-o mais sustentável.

*AST FASHIONS L*

*WFASHION FAS*

*TFASHIONSLOW*

*FASHIONFASTFA*

*HIONSLOWFAS*

*IONFASTFASHI*

**.4**  
**ARTS AND CRAFTS**  
**PROJETO FINAL**

---

No presente capítulo é abordado o conceito das tecnologias artesanais, também designadas como *Arts&Crafts*, numa tentativa de adquirir um mais apurado conhecimento das habilidades tácteis, e muito particularmente da cultura portuguesa, a fim de se interligar com o objetivo do projeto final.

Seguidamente, centra-se na apresentação do desenvolvimento do projeto elaborado, inspirado principalmente no bordado tradicional português, nomeadamente o de Viana do Castelo. Neste sub capítulo são ainda retratadas as diversas etapas, como a introdução do projeto, conceito, *line up*, fichas técnicas, materiais e registos fotográficos da coleção final.

#### 4.1. CRAFTS

O artesanato é muitas vezes visto como um sinal de falha, mas também uma abertura da diferenciação, um meio para pensar fora dos limites definidos pela arte autónoma. Essa falha refere-se à sua sobrevivência comercial, institucional e criativa das práticas mantidas dentro do seu império, está ameaçada pela falta de clareza e confiança sobre o seu próprio termo. (ADAMSON, G. 2007. p. 1)

Algumas pesquisas por diversos autores foram feitas ao longo dos anos relativamente ao seu conceito, e por exemplo segundo DORMER (1997. p. 25) o artesanato implica um trabalho manual com a ajuda de tecnologias pré-industriais, feito por um tipo particular de pessoa, ambiente, técnica e mercado.

Para GREENHALGH (2002. p. 20) no seu livro *Persistence of craft*, o termo artesanato é apresentado como um conjunto de práticas culturais, proposições e posições que se deslocam e se desenvolvem;

CLARK (2008. p. 427-446) sugere que as práticas culturais fornecem sistemas de produção principalmente se forem usadas habilidades manuais, transmitindo contemporaneidade e autenticidade ao produto. O processo é inteiramente realizado por artesãos, produzidas atividades criativas relacionadas com o sentido tátil, onde a habilidade e a pormenorização são as ferramentas essenciais para a execução destes trabalhos. É uma possibilidade de experiência real, que usa a mente, mãos e emoção.

SENNET (2008. p. 37-44) no seu livro *The Craftsman* (fig. 42), defende que, existem vários tipos de artesãos que representam a condição humana, explorando de que medida a separação da mão, cabeça, técnica e ciência arte e artesanato afecta a performance do artesão. A cabeça do artesão sofre, tanto pela compreensão como pela expressão, porque o artesanato é baseado em habilidades desenvolvidas ao mais alto pormenor e à medida que a habilidade progride torna-se mais complexo o procedimento

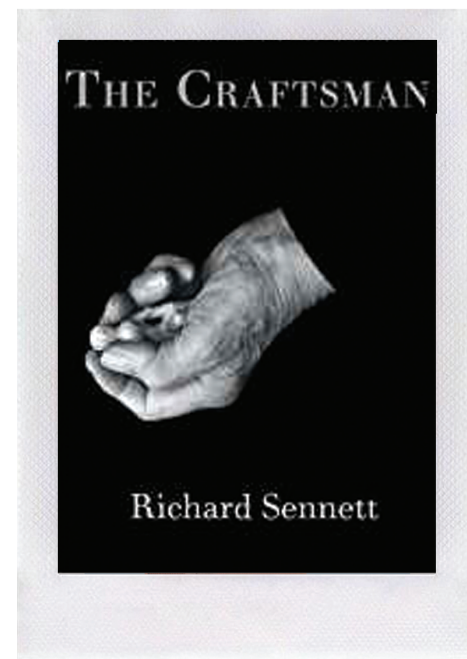


Fig. 42 Richard Sennett, *The craftsman*, 2008.

de construção enquanto que as pessoas com níveis de habilidade primitivos querem somente que as coisas funcionem. Enquanto que a parte esquerda do cérebro usa a lógica, tem atenção aos detalhes, é estratégica, prática e seguro. A parte direita usa o sentimento, criatividade, imaginação, compreende o conhecimento, está aberto a possibilidades e a tomar riscos.

Atualmente, os artesãos que vivem nesta indústria têm que ser especializados nas funções dos lados direito e esquerdo do cérebro enquanto que o designer deve de ser mais especialista no lado direito. É um equilíbrio que se torna mais desafiador com a expansão e o crescimento fenomenal da indústria que tem levado diversas marcas a terceirizar algumas das suas atividades para trabalhos qualificados em diferentes países, na sua grande maioria países com trabalhadores de baixos salários, para aumentar a capacidade de desenvolvimento.

#### **4.1.1. MOVIMENTO *ARTS AND CRAFTS***

O movimento *Arts and Crafts* teve início no final da Era Vitoriana (1837-1901) permanecendo no Reino Unido, Inglaterra caracterizado como o país mais industrializado do mundo referente aquela época.

William Morris (1834-1896) foi um dos associados ao movimento *Arts and Crafts* contribuindo para o revivalismo das artes têxteis e métodos tradicionais de produção (fig. 43). Morris fundou a sua empresa Morris & CO (1861) no qual tinha o principal objetivo de difundir a importância dos produtos manufaturados, e excluía a ideia da mecanização, pois julgava a qualidade dos artigos muito inferior.

A América estava ligada ao movimento britânico *Arts and Crafts* e com o trabalho de Morris, divulgando a ideia desta mudança através de redações de jornais bem como palestras apresentadas na sociedade.

Conforme a comunicação deste movimento por todo o país nos



Fig. 43 William Morris, *Flora and Foliage*  
*Design Art Print*, sem data.

centros urbanos, foram criadas experiências sociais realizadas a nível comunitário, sob a forma de educar as mulheres jovens com ideias de artesanato que se manifestavam em trabalhos decorativos, incluindo o trabalho em cerâmica e metalurgia; em Boston, foi criado o *Saturday Evening Girls Club* (1899) com um grupo de meninas imigrantes que começaram a produzir cerâmica em 1908 com bons salários dentro da comunidade; em New Orleans foi criado a *Newcomb Pottery* (1894) onde as senhoras se inspiravam na flora e fauna locais, adaptados na cerâmica e mais tarde na metalurgia e têxteis. (OBNISKI, M. 2008. s.p.)

As *arts and crafts* inspiraram outros artistas de escolas artísticas tais como Wiener Werkstatte (1903) (fig. 44) fundado por Josef Hoffman e Koloman Moser, cujo principal objetivo era introduzir na vida quotidiana dos consumidores um valor estético e artístico (fig. 45).



Fig. 44 Barbara Brackman, *Shop of the Wiener Werkstätte*, 1920.



Fig. 45 Wiener Werkstätte, *Fuchsie*, 1930.

#### **4.1.2. A RELAÇÃO DO ARTESANATO E ARTE POPULAR**

A essência da arte varia conforme o tempo e é construída consoante as várias culturas humanas, num contexto geográfico, com isto, pode ser dividida em várias categorias: a arte erudita, arte popular e a arte de massas. (FERREIRA, R. 2013. p. 6)

A arte erudita dirige-se a um público mais restrito com uma forma de interpretação do significado mais complexo onde os artistas possuem conhecimentos técnicos e formais; a arte popular pertence às tradições nacionais coletivas que transmitem sentimentos e valores locais, regionais e costumes típicos de uma determinada cultura tradicional (fig. 46), conservando-as. Esta atividade está ligada à cultura popular, património artesanal onde se destacam os bordados, rendas, tapeçaria, tecelagem, joalheria, cestaria e cerâmica; a arte de massas é comercializada de um modo mais industrial, financiada por empresas com o objetivo de comercializar de modo a serem consumidas em grande quantidade, obtendo grande lucro.

A arte popular é muitas vezes associada ao povo camponês e primitivo, que desde há muitos anos vivem consoante as tradições desempenhadas por cada cultura, acabando por se construir uma criação social (SALDANHA, N. s.d. p. 110). Todo o conjunto dos valores culturais, sociais, demográficos e económicos são um requisito para a manutenção e transmissão da homogeneidade cultural, reforçando o sentimento de identidade pessoal e espírito de cooperação. LIMA (s.d. p. 51) admite que estes valores são transmitidos pela sociedade camponesa partilhando entre si uma linguagem específica e com um código único de atitudes e comportamentos.

Principalmente as mulheres eram admiravelmente dotadas para o património artesanal com trabalhos de agulha de natural habilidade (fig. 47), sensibilidade e instinto, atributos que podem transformar artefactos de grande classe, estilizando os desenhos primitivos, transmitindo uma

diferente concepção de beleza.

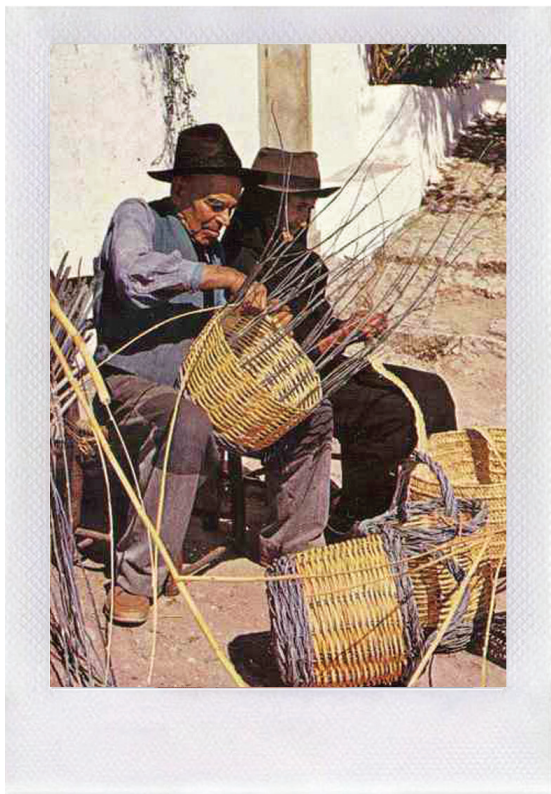


Fig. 46 Sem autor, Cestaria tradicional, sem data.

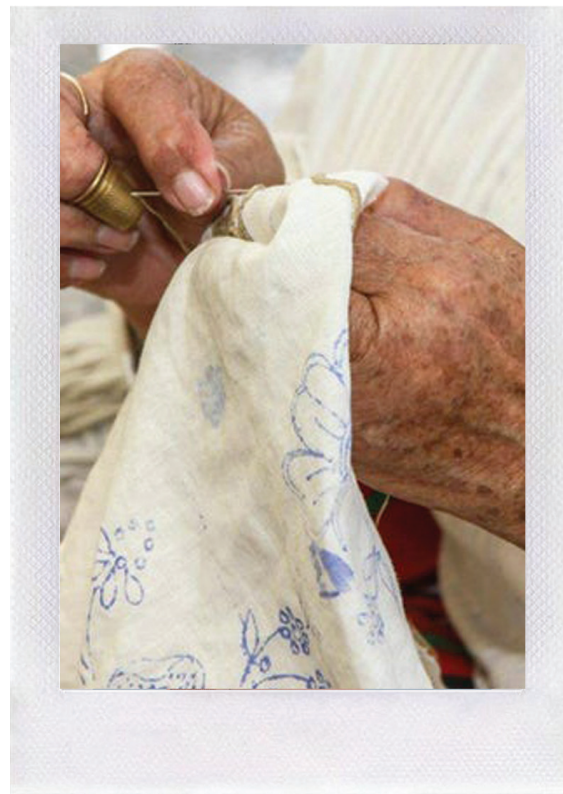


Fig. 47 Sem autor, Bordado da madeira, sem data.

Gradualmente o conceito da arte popular têm vindo a ser modificado, consoante as alterações culturais e linguísticas, resultado dos fenómenos de globalização e informação. A globalização, que se desenvolveu rapidamente desde o século anterior, tende a acabar com a produção cultural identitária, pois todos os aspetos da vida quotidiana do ser humano têm vindo a ser registado em imagens reais ou virtuais que rapidamente percorrem o Mundo numa constante troca de informação. Com isto, a existência das bordadeiras tem vindo a escassear, enquanto algumas conseguem manter a sua profissão com o apoio de marcas que apoiam a qualidade de produção e controlo.

#### **4.1.2.1. O BORDADO**

O bordado deriva da criação de motivos ornamentais feitos à mão ou à máquina utilizando ferramentas e materiais próprios como as agulhas, fios de algodão, seda ou outro material.

Tem uma referência histórica datada de 1.200 a.C. a 550 d.C. e desde então tem sido um meio de identificação cultural elaborado maioritariamente por mulheres o que gerou uma crítica social.

HANAOR e WOODCOCK (2006. s.p.) concordam que o feminismo foi em grande parte responsável pela redução do estatuto do artesanato, ligando-o a uma ferramenta de opressão, mas à medida que o ressurgimento do artesanato começou na década de 1990 as mudanças na percepção do artesanato surgiram.

Atrás dos muros do convento do Renascimento Italiano, milhares de mulheres desempenharam um papel fundamental na formação da cultura visual e material. Algumas notáveis artistas do convento, como a Irmã Plautilla Nelli (1524) - primeira mulher pintora de Florença que pintou telas em grande escala com santos e figuras públicas que transmitiam mensagens religiosas complexas (WOOD, J. 1995. p. 262-286) Algumas freiras italianas, Santa Caterina Vigri de Bolonha expressaram visualmente as suas visões meditativas inserindo desenhos devocionais de mão livre nos seus padrões de oração (fig. 49).

Dos muitos trabalhos produzidos em conventos do Renascimento Italiano, o bordado era o mais comum, reivindicando raízes do período medieval onde a prevalência desta atividade deixou uma enorme vontade de exibir as mercadorias bordadas e o trabalho de renda fina. (GAMBIER, M. 1981. p. 24) Um dos melhores exemplos de técnica de bordados finos é o manto de coroação de Roger II da Sicília (fig. 48) feito com fio de ouro com alguns detalhes em seda, padrões delineados com uma linha dupla de pérolas e pedras preciosas.



Fig. 48 Alamr, Roger II da Sicília, 1133-1134.



Outro bom exemplo da evolução do bordado é o pintor Carlo Crivelli (1435) que se destacou no meio do século XV, pelos seus desenhos que transmitiam um efeito tridimensional ao bordado.

Segundo ALLERSTON (2006. s.p.), os iniciantes desta técnica aprenderam habilidades artesanais básicas com profissionais muitas vezes enquanto escutavam leituras devocionais que ostensivamente reforçava um senso de comunidade. Este modelo de treinamento fez conventos do Renascimento como repositórios institucionais para aprender o “conhecimento das mãos”.

Os tecidos bordados sempre foram considerados um símbolo de luxo e riqueza desenvolvidos em casas particulares com o propósito de imitar o efeito do tecido usando fios dourados e prateados. Cada design tinha um significado simbólico, inspirado na cultura ou religião, mas o bordado evoluiu durante o tempo alterando o propósito e os significados ao longo do seu percurso.

*“A execução dos bordados pode ser realizada em relevo ou não, variando o relevo desde a grossura de um ponto simples até ao volume comparável a uma obra escultórica, mas na sua maioria são decorados em relevo, directa ou indirectamente, pelos pontos: a essência técnica da arte dos bordados.”*  
(MAGALHÃES. M. M. Calvet 1956. p. 7)

A partir de 1820 o bordado passou a ser feito principalmente em tecido branco com linha igualmente branca tornando-se muito popular, sublinhando a pureza e a juventude feminina. Em 1870, a moda alterou-se transformando os tecidos mais pesados, decorados e impressos, o que levou à popularidade das lantejoulas inicialmente chamadas de “trablantes” por não ficarem fixas firmemente no tecido. (LIVIA, 2015. s.p.)

Em Portugal, a igreja foi também um fator importante no

crescimento desta indústria, devido à riqueza dos ornamentos nas vestes sacerdotais. Foi nos conventos que cresceu a grande admiração pela arte do bordado designando-se como a “obra de monjas” desempenhado pelas mulheres da igreja que dedicavam a sua vida a este trabalho, mas também a muitas outras senhoras que gostavam de exercitar a delicadeza das mãos, temperamento calmo, persistência e perfeccionismo que se designavam como as bordadeiras da aldeia. Com estas características, a bordadeira consegue passar para o seu trabalho o amor que tem pela sua profissão e cultura, orgulhando-se legitimamente do seu trabalho.

Segundo MAGALHÃES (1956. p. 15), existem três grupos que as distinguem:

– O primeiro grupo distingue-se a bordadeira que leva o seu trabalho sério, disposta a começar do princípio uma arte com os seus próprios desenhos e com o seu devido tempo;

– O segundo tipo de bordadeira está disposta a dedicar algum tempo ao bordado no seu serão sempre pronta a dedicar bastante tempo à aprendizagem das técnicas. Com algum medo da palavra desenho, esta bordadeira sente receio, mas acaba por aceitar qualquer desafio;

– O terceiro tipo é composto pelas bordadeiras que vão às lojas *high-end* comprar tecidos já com desenhos bordados, trabalhando no desenho durante as suas horas vagas durante muito tempo, acabando por se aborrecer da sua obra.

### **4.1.3. TRAJE REGIONAL PORTUGUÊS**

A cultura tradicional contem uma forte simbologia perante os indivíduos que se adaptam aos costumes para se integrarem na sociedade. Como se fosse uma ferramenta de diálogo, o traje adquire um valor de comunicação que faz de si um sinal, no caso da indumentária regional, um “sinal da gente que vivia na região onde se usava” (fig. 50-51). (CHAVES, L. 1945. p. 279)



Fig. 50 Sem autor, Pescadores da Murtosa - Beira Litoral, sem data.



Fig. 51 Sem autor, Folklorique Portugais Minho, sem data.

Consoante o livro Trajes Regionais de DUARTE (2007. s.p.), o vestuário depende dos recursos locais, a sua elaboração é baseada em esquemas de produção no seio familiar, repetidos de geração em geração com alguma evolução, mas sempre obedecendo a critérios estéticos e

formais, como o local do uso e a espécie de atividade em que são utilizados.

Entre os trajes regionais portugueses existem diferenciações dividindo o país em duas zonas, a litoral e a serrana. A serrana consiste em materiais rijos como o burel, saragoça ou lã e cores monótonas, mas à medida que se vai a descender para a planície, os trajes começam a ganhar cor e riqueza. Junto ao litoral a mulher torna-se mais colorida e a composição de indumentária mais rica, sendo uma dessas famosas zonas a região de Viana Do Castelo. A indumentária do litoral é usado em dois lados essenciais na vida da sociedade, o quotidiano e os dias especiais, exemplificando-se com os fatos de “domingar” e os de festa. Os fatos de “domingar” são mais simples e aconchegados, enquanto os de festa são mais arranjados ao nível da ornamentação e cor, elaborados com a melhor qualidade de tecido. (CHAVES, L. 1945. p. 8)

A industrialização do vestuário fez-se sentir devido às instalações das fábricas, o que tornou mais difícil o recurso dos ornamentos, rendas, aplicações, desvanecendo a riqueza dos trajes regionais. Com isto, o aparecimento dos tecidos industriais fez com que as pessoas abandonassem as suas terras e se deslocassem para a cidade o que, conseqüentemente, fez com que rompessem com as tradições e o modo tradicional de vestir, restando apenas os grupos de folclóricos que conservam alguns costumes de antigamente.

Em certos países as danças culturais foram cultivadas e preservadas por terem uma forte cultura tradicional apoiada por diversas associações como os salões de bailes, onde as danças folclóricas transmitem o seu valor e dinâmica.

Dentro do nosso país as danças folclóricas têm tido uma dinâmica maior obtendo a preservação necessária para que perdure durante muitos anos, criando-se deste modo os ranchos e grupos folclóricos que contribuem para uma prevenção cultural de cada região. (CARVALHO, D. 2010. p. 5.)

O folclore de Viana do Castelo é o mais característico do nosso país

por ser um dos mais representativos pela diversidade dos trajes e danças (fig. 52-53). Estas danças ocorrem nas festas regionais entre os meses de Junho e Setembro com dois elementos fundamentais da nossa cultura, a recolha dos produtos agrícolas e as festas dos Santos Padroeiros.



Fig. 52 Sem autor, Minho: folkloria, 2008.





Fig. 54 Photobucket, Traje à Lavradeira, sem data.

#### 4.1.3.1. O TRAJE DE VIANA DO CASTELO

A mulher trajada à Vianesa trata-se de um símbolo de origem etnográfica e popular com uma grande visibilidade e popularidade, que se transformou numa imagem da Nação. (VIEIRA, J. 2012. s.p.)

O traje de Viana (fig. 54) veio a enriquecer ao longo do século XIX e a sua essência envolveu inúmeros agentes das elites aristocráticas e burguesas, que acompanharam o seu percurso com os vários contextos e movimentos históricos para a sua evolução. Todavia no final do século XIX e na primeira década de XX o uso do traje deixou de ser recorrente. Com esta recaída no uso do traje, surgiu um primeiro Certame de Danças que teve como objetivo restabelecer o uso do traje na sua forma tradicional, e até hoje estes eventos continuam a promover o uso do traje regional de Viana principalmente nas festas da Senhora da Agonia e do Traje, desde 1917.

O traje à Vianesa vinca-se nos mais comuns fatos de festa usados na região do Minho condensando a beleza, a força, a harmonia e declina nas suas cores o azul do mar e do céu, o verde dos pastos e das copas primaveris.

O desfile da Mordomia traz uma das mais ricas tradições da romaria da Nossa Senhora da Agonia (20 de Agosto) (fig. 55), onde as mulheres da Ribeira vestem os seus trajes de festa e dão início à parada com a mão na cintura; de seguida são desfiladas as indumentárias à Vianesa com as variantes zonas, desde a beira mar à Ribeira Lima, e descendo da Serra d'Arga vêm os ranchos das lavradeiras para a romaria de Nossa Senhora; direcionado para os trajes de cerimónia, desfilam as senhoras casadas, com mais idade ou de um grupo social superior; em último chegam as rainhas da festa – “as mordomas” – que exibem os bordados a vidrilho, com as suas peças de ourivesaria popular portuguesa.

DUARTE (2007. s.p.) caracteriza o fato à Lavradeira como um modelo de vestuário formado por uma camisa branca, mangas inteiras



Fig. 55 Sem autor, Viana do Castelo: Cartaz da Romaria da Agonia, 2017.

e apanhadas nos ombros; colete até à cintura, enfeitado com lãs de cores, missangas, vidrilhos, lantejoulas, consoante a vontade e disposição de cada mulher; saia pelo tornozelo, com listas verticais, amplamente rodada e pregueada na cintura, com uma banda larga ao qual chamavam de forro, que se situa em baixo; avental, franzido na parte superior e com as Palavras Amor, Amizade ou Viana; dois lenços, um traçado no peito e apertados atrás e outro cruzado na nuca e atado no alto da cabeça com um nó de grandes pontas; algibeira cuja forma lembra um coração situado entre a saia e o avental, do lado direito; meias brancas com chinelas que só cobriam os dedos dos pés, deixando o calcanhar e o peito do pé à mostra.

O avental do traje das lavradeiras (fig. 56) é uma das peças mais ricas da região e no princípio deste século os aventais já apresentavam pequenos quadrados e outros desenhos de carácter geométrico, sobressaídos no traje domingueiro da Aersosa. (BASTO, C. 1930. p. 26) Posteriormente, o desenho do avental foi desenvolvido em escala maior adaptando flores, liras e o escudo nacional.



#### **4.1.4. O BORDADO DE VIANA DO CASTELO**

Viana do Castelo é a localização de Portugal onde mais se concentra o conjunto de manifestações culturais ricas e diversificadas inseridas no dia a dia da população.

Os bordados típicos de Viana do Castelo (figura 58) foram revelados na cidade em 1917 através de uma exposição de trabalhos femininos durante as festas da Nossa Senhora da Agonia.

PIRES (2006. p.4.) admite que com a gradual densidade demográfica, a população começou a emigrar para as cidades deixando as mulheres e os filhos ao encargo do cultivo, mas é nos trabalhos de agulha que a mulher é admiravelmente dotada, onde surge a natural habilidade manual, sensibilidade e instinto.

A bordadeira não cria, mas sim compõe modelos espontâneos inspirados na flora e na fauna da região herdada de geração em geração como uma preciosidade cultural. Atualmente podemos encontrar muitos e variados trabalhos com este bordado em diversas superfícies, como atoalhados, panos de mesa, e indumentária elaborados pelas mulheres do campo que diferem de freguesia para freguesia. (SOUSA, A. 1994. s.p.)

O bordado de Viana do Castelo (fig. 57) tradicionalmente é feito sobre um tecido em ponto de tafetá, em que o linho ou o algodão constituem fibras têxteis nas proporções de 100% ou de 50%. A cor mais utilizada para o tecido é o branco, todavia criam-se bordados sobre linho caseiro com uma cor bege escuro.

A linha do bordado é 100% algodão relativamente grossa para que os motivos ganhem relevo sobre o tecido com cores tradicionais, o branco, vermelho e azul usadas em monocromia ou combinadas entre si.

A produção deste bordado é feita por empresas que investem na compra de linhas e tecidos, distribuindo de seguida pelas bordadeiras das aldeias próximas da cidade de Viana, freguesias como Perre, Serreleis,



Fig. 57 Rui Carvalho, Fundação Santoinho, Fernando Rei, *Traje à Vianesa*, 2016.

Meadela, Santa Marta de Portuzelo e Cardielos. Quando o bordado surge feito, é feita a entrega à respetiva empresa que faz a distribuição para então passarem a ferro e tratarem dos últimos acabamentos. Com a distribuição das bordadeiras por entre as aldeias, destacou-se a subida dos salários dinamizando o consumo, porém de seguida apareceram graves problemas na produção devido às mudanças políticas presenciadas em Portugal nos anos 1974-1976 e o mercado sofreu um queda, pois os fluxos turísticos diminuíram. Consequentemente, os bordados foram esquecidos nas lojas e as bordadeiras passaram a ter poucas encomendas tornando o salário muito baixo pelo que tiveram de encontrar outras alternativas na obtenção de recursos deixando de parte esta técnica. (LIMA, R. s.d. p. 54)

Para contornar os baixos salários foi formada uma cooperativa em Santa Leocádia de Geraz do Lima com um certo número de bordadeiras, verificando-se ao longo da década de 90 uma lenta melhora na quantidade de produção.

#### **4.1.4.1. PONTOS E MOTIVOS**

O tamanho dos motivos e pontos desta arte variam no modo como se organizam formando uma composição final que nos remete para o bordado de Viana do Castelo.

Os pontos tradicionais do bordado são o ponto aberto, cheio, cordão, crivo, ponte-de-cruz, espinha de peixe, ponto formiga e nozinho. Detalhadamente o ponto aberto é um ponto para unir grupos de fios, utilizado para rematar e abrir a rede da tiragem dos fios, conhecido também por crivo; o ponto cheio é formado por um conjunto de pontos lançados, trabalhados juntos uns dos outros abrangendo toda a superfície que se pretende bordar. As bordadeiras caracterizam este ponto como sendo um dos pontos mais regionais, por ser um ponto muito utilizado no traje de Viana do Castelo; o ponto cordão é um ponto que se executa com a agulha um pouco à frente do ponto anterior e fazendo-a sair a meio. As bordadeiras designam este ponto com o nome de pé-de-flor, usado para fazer os motivos das haste e pés de flores; o ponto de cruz tem a forma de x executada com linha grossa ou fina, presa a ponto de segurança; o ponto espinha de peixe é constituído por pontos oblíquos que se cruzam quase nas extremidades, usado muito para tapar as costuras sendo por vezes substituído pelo ponto formiga; o ponto formiga é constituído por duas linhas de pequenos pontos dispostos alternadamente e paralelas; concluindo o ponto nozinho tem a forma de nó que se executa a enrolar várias vezes a linha em volta da agulha, voltando a agulha para baixo intersectando no tecido, fazendo um nó. (PIRES. A. 2006. p.18)

Cada motivo corresponde a um desenho e ao específico conjunto de pontos de bordar que o realizam.

Estes motivos distribuem-se por toda a indumentária (TERRA LIVRE. 1983. p. 150) :

- Na saia localizam-se na parte inferior sobre uma base de tecido liso;
- Na camisa os bordados situam-se nas ombreiras, punhos e peito;
- No colete aparecem com alguma exuberância no peito e costas (fig. 58);
- Nas algibeiras é onde aparece com mais fundamento, com motivos ricos que quase tapa o fundo.

– **Japoneira** (figura 59, (1,2)) No bordado de Viana do Castelo a japoneira corresponde à designação da camélia, uma flor conhecida por todo o País elaborado no centro em crivo e limitado por duas filas de cordão ganhando uma expressão relativamente à área das pétalas. As pétalas aparentam ser todas iguais com uma forma redonda, e podem variar das seis até doze geralmente feitas com o ponto lançado. Outras possibilidades de enriquecer o desenho das japoneiras são as componentes das coroas com bolas que substitui as suas próprias pétalas reforçando e enfatizando o motivo criando um efeito de halo.

No tamanho menor a japoneira aparece com medidas que rondam os dois centímetros de diâmetro. Contudo, é mais comum apresentar diâmetros situados entre os 3 a 4 centímetros.

O modo como a japoneira se integra na composição, transmite um movimento e diversidade ao desenho. (PIRES, A. 2006. p. 26)

– **Coração:** (figura 59, (3)) O coração também se caracteriza como um dos motivos mais presentes no Bordado de Viana, sendo a filigrana minhota um dos motivos inspirados na definição destes desenhos. convencionou-se na cidade de Viana embora não seja exclusivo desta cidade. O uso do coração é proveniente da tradição minhota quer no Baixo-Minho quer do Alto-Minho, mas desde sempre que as japoneiras e corações destacam-se



Fig. 58 Sem autor, Colete do traje à Vianesa de festa, sem data.

como os principais características do bordado. (TERRA LIVRE. 1983. p. 147)

Este motivo é feito a partir de um crive simples com remate de ponto lançado. Pode ser composto por haste, mas nos exemplares mais antigos, distingue-se um conjunto de pequenos raios que realçam o motivo, chamando-os de dentes. O tamanho dos corações varia muito, desde os 25 centímetros até à medida mais usual dos atuais bordados, 5 a 7 centímetros, e podem ser desenhados simetricamente ou assimetricamente.

Para além das japoneiras e corações, existem outros que também se caracterizam como cruciais para a produção do bordado de Viana do Castelo, tais como:

– **Flores-Coração:** (fig. 59, (4)) A importância deste elemento para o bordado de Viana revelando-se no modo como se integra na construção de outros motivos. Sempre teve a sua força, prolongando para a atualidade onde aparecem como flores ou a partir de outros motivos como o coração, caracterizando-se como “as Marias”.

– **Marias e Marões:** (fig. 60, (5)) Estas são flores constituídas por pétalas separadas umas das outras que se difundem num centro redondo. Estes elementos são bordados a ponto lançado embora se possa aceitar variações em que o centro é definido por um círculo preenchido de nozinhos. A diferença nos tamanhos difere consoante o nome, enquanto as Marias apresentam uma dimensão na ordem dos 3 ou 4 centímetros, os Marões são maiores.

– **Trevos:** (fig. 60, (6)) Quando não se encontra nem corações, nem japoneiras o bordado é quase composto por trevos de três ou quatro folhas que transmitem uma forte identidade. É produzida pela força expressiva do crivo e à sinuosidade dos elementos das hastes que definem o padrão. A

bordadeira neste motivo, desenha os trevos a partir de corações. Atualmente, aparecem com dimensões de 3 centímetros, mas há 70 ou 80 anos podiam ultrapassar os 20 centímetros.

– **Flores:** (fig. 60, (7)) Todos os motivos que não sejam japoneiras, nem cravos, nem Marias se caracterizam como sendo uma rosa ou flor.

– **Cravos:** (fig. 60, (8)) Quer na poesia popular, quer no bordado tradicional o cravo é uma das flores mais presentes na cultura. Não constituindo atualmente um motivo muito comum, o cravo tem vindo a apresentar ao longo do tempo diversas figurações com um grande significado amoroso.



(1)



(2)



(3)



(4)

**Fig. 59** Ana Pires, (1) Japoneiras, (2) Japoneiras, (3) Coração, (4) Flores-Coração, 2006.



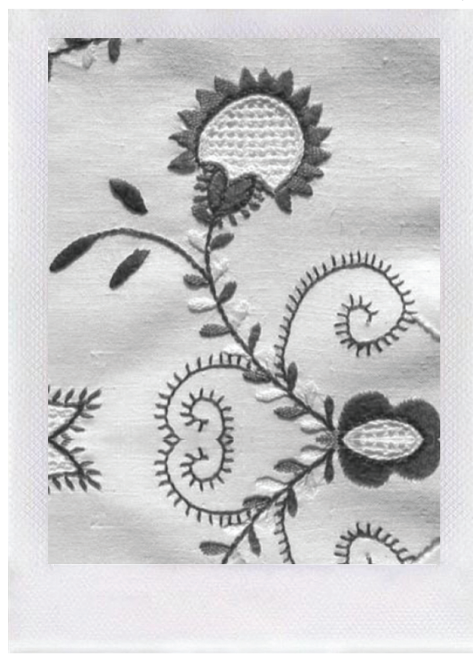
(5)



(6)



(7)



(8)

Fig. 60 Ana Pires, (5) Marias e Marões, (6) Trevo, (7) Flores, (8) Cravo, 2006.

#### **4.1.4.2. ELEMENTOS E COMPOSIÇÕES DE LIGAÇÃO**

Para os motivos serem enquadrados no bordado, PIRES (2006. p. 53) afirma que são precisos elementos de ligação para preencher o bordado, existindo as hastes e os caracóis.

– **Hastes ou silvas:** (fig. 61, (1)) Estes elementos correspondem a motivos vegetalistas que estruturam e ligam as várias componentes do desenho. Bordadas a cordão grosso ou fino, as hastes suportam os caracóis, flores, ramos e outros pequenos motivos de ligação, quase sempre decoradas por folhas a pares ou intercaladas.

– **Caracóis:** (fig. 61, (2)) Os caracóis começaram por se chamar gavinhas, e mais tarde surgiram com este termo. Estes elementos são compostos por dentes com diversas formas.

– **Botões:** (fig. 61, (3)) Este motivo na produção do bordado de Viana sempre assumiu grande diversidade na sua forma de composição. É feita a partir de pontos lançados gerando os “molhinhos”.

Tal como os elementos de ligação existem também os de composição que fazem com que o bordado fique mais composto, existindo os centros e cantos.

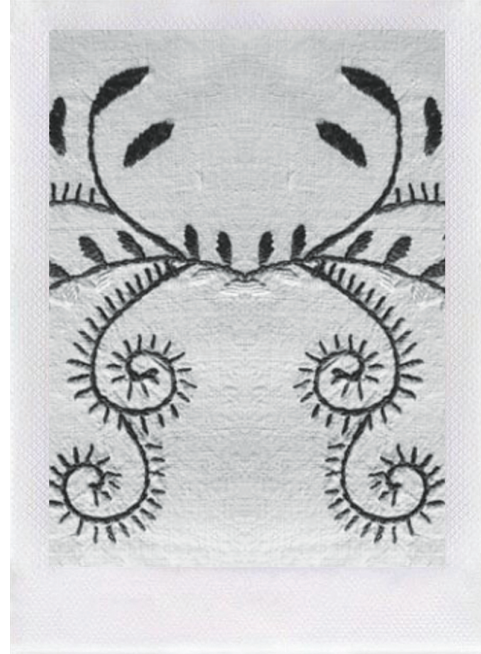
– **Centros:** (fig. 62, (1)) O bordado de Viana do Castelo corresponde ao desenvolvimento de uma intervenção que envolveu elementos da Cruzada das Mulheres Portuguesa que introduziram a cruz como elemento decorativo de grande investimento. Esta cruzada foi um movimento de beneficência

feminino criado a 20 de Março de 1916 fundado exclusivamente para as mulheres com o objetivo de providenciar assistência moral e material às pessoas e instituições afetadas pelas consequências da guerra contra a Alemanha.

– **Cantos:** (fig. 62, (2)) O canto tem sempre um papel importante na composição aparecendo nas barras mediante pequenas linhas de separação bordadas. Contudo, não é impeditivo que o coração apareça noutras situações ou que nos cantos apareçam outros motivos. Estas peças são rematadas por vezes por uma franja que corresponde ao desfiar dos fios da teia e da urdidura do próprio tecido bordado.



(1)



(2)



(3)

Fig. 61 Ana Pires, (1) Hastes e silvas, (2) Caracóis, (3) Botões, 2006.



(1)



(2)

Fig. 62 Ana Pires, (1) Centros, (2) Cantos, 2006.

## *Fast Fashion VS. Slow Fashion*

Nota: Todas as fotografias do DEMO 18 foram tiradas pelo fotógrafo João Fernandes Rocha.

Modelos: Maria de Barros, Taíssa Santos, Catarina Oliveira e Silva, Catarina Silva, Natasha Rosa, Sandra Fernandes.

## 4.2. COLEÇÃO

# COLEÇÃO



Fig. 63 VianaFestas, Romaria d'Agonia, 2016.

### **4.2.1. PROJETO FINAL - INTRODUÇÃO**

Com os conhecimentos obtidos anteriormente, a investigadora procurou relacionar os factos estudados ao longo da dissertação e a finalidade da conceptualização do projeto, de forma a construir uma ponte entre o *Fast Fashion* e o *Slow Fashion*. Desta forma, este projeto surge como uma alternativa mais sustentável e criativa referente à indústria da moda, que visa promover a criação do autor e enaltecer a tradição portuguesa. Embora seja um projeto mais sustentável, existiu algumas condicionantes durante o processo, tal como a falta de tempo e recursos para procurar materiais mais sustentáveis, e mão de obra especializada com as técnicas artesanais tradicionais.

Este projeto inseriu-se na composição de 12 coordenados intemporais criados para mulheres que gostam de se destacar pela exclusividade e criatividade, reavivando deste modo as artes decorativas que ainda reside nos trajes da cidade Viana do Castelo.

Primeiramente, organizou-se a pesquisa como ponto de partida onde se define a temática e o conceito, reforçado por um moodboard compilado por imagens que exploram a criatividade e expressam as ideias centrais do objeto de estudo; seguidamente, o *line up* com as ilustrações dos desenhos das peças; em seguida a apresentação dos desenhos técnicos das peças. Cada ficha técnica contém todas as informações necessárias, de modo a facilitar uma compreensão geral de como é composta a peça.

Estas etapas levam à construção e concretização da modelagem a partir de moldes bases, adaptados aos desenhos das roupas criadas. De seguida, são feitos os toiles executados com tecidos de baixo custo que se assemelham ao peso e caimento do original desenho, finalizando-se assim com a conceção das peças finais com a pormenorização máxima, produzidas na oficina de costura da Faculdade de Arquitetura recorrendo às máquinas industriais existentes.

#### 4.2.2. CONCEITO

Terra de tradições, Viana do Castelo, traduz sentimentos e histórias nas formas tradicionais do seu delicado bordado, inspirados na fauna e flora locais, que confirmam a vitalidade e força desta arte.

As variadas flores, o verde dos campos e o azul do mar inspiram constantemente a mulher minhota que utiliza as suas habilidades tácteis e emocionais para executar a perfeição dos desenhos e a variedade dos pontos.

Inspirado no bordado de Viana do Castelo, foi executada uma reinterpretação do bordado surgindo de um modo mais contemporâneo a nível dos desenhos e técnicas, permitindo assim que a arte e a cultura portuguesa se cruzem. Com cores vibrantes e materiais inovadores, inseridos em peças de roupas intemporais com formas soltas e detalhes delicados que conferem ao vestuário inovação e autenticidade.

Procedeu-se a uma revisitação mais contemporânea dos pontos do bordado de Viana do Castelo - Japoneiras, Corações, Marias e Marões, Corações-Flores, entre outros (Capítulo IV, tópico da caracterização dos pontos e motivos de Viana do Castelo) - alterando a sua forma a partir da escala, cor, simetria e materiais.

Desta forma, foi realizado um *moodboard* (fig. 64) com o objetivo de organizar e facilitar o processo criativo que serviu de suporte de orientação das inúmeras ideias que foram a surgir durante o desenvolvimento do projeto. Este processo criativo foi reforçado pelas várias composições gráficas através de imagens que conseguem sustentar a linha de pensamento.



Fig. 64 Autora, Moodboard da coleção, 2018.

### 4.2.3. CORES E MATERIAIS

As cores utilizadas na coleção resultaram de uma pesquisa sobre a valorização da cor na cidade de Viana do Castelo, a partir da síntese da paleta observadas no traje de Viana e nos principais elementos da localidade de Viana (fig. 65).

– O vermelho é a cor mais característica do traje à Lavradeira caracterizada pela tonalidade quente do fogo e do sangue que se ilumina, aquece, purifica e eleva-se. Também simboliza o amor, força, coragem e o heroísmo, a vida, a energia e a alegria, tal como a cor cor-de-rosa;

– A cor escura nomeadamente o azul e os detalhes em roxo são as cores que mais caracterizam o traje de “mordoma” que simbolizam a honestidade, cortesia, mas também ao luto e sofrimento resultante dos naufrágio e das lutas;

– A cor prata corresponde à riqueza, mas não há grandeza, e numa linguagem simbólica confere ao traje humildade, paz, pureza e sabedoria.

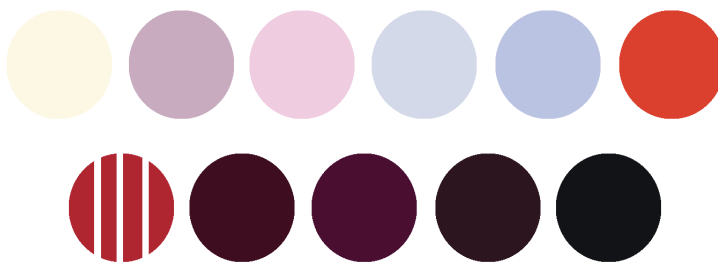


Fig. 65 Autora, Paleta de cores da coleção, 2018.

O material utilizado provém de fibras naturais (100%), origem animal como a lã (100% WO), e de origem vegetal de como o algodão (100% CO) e o linho (100% LI). Estes tecidos conferem à coleção um caimento natural e uma maior durabilidade.

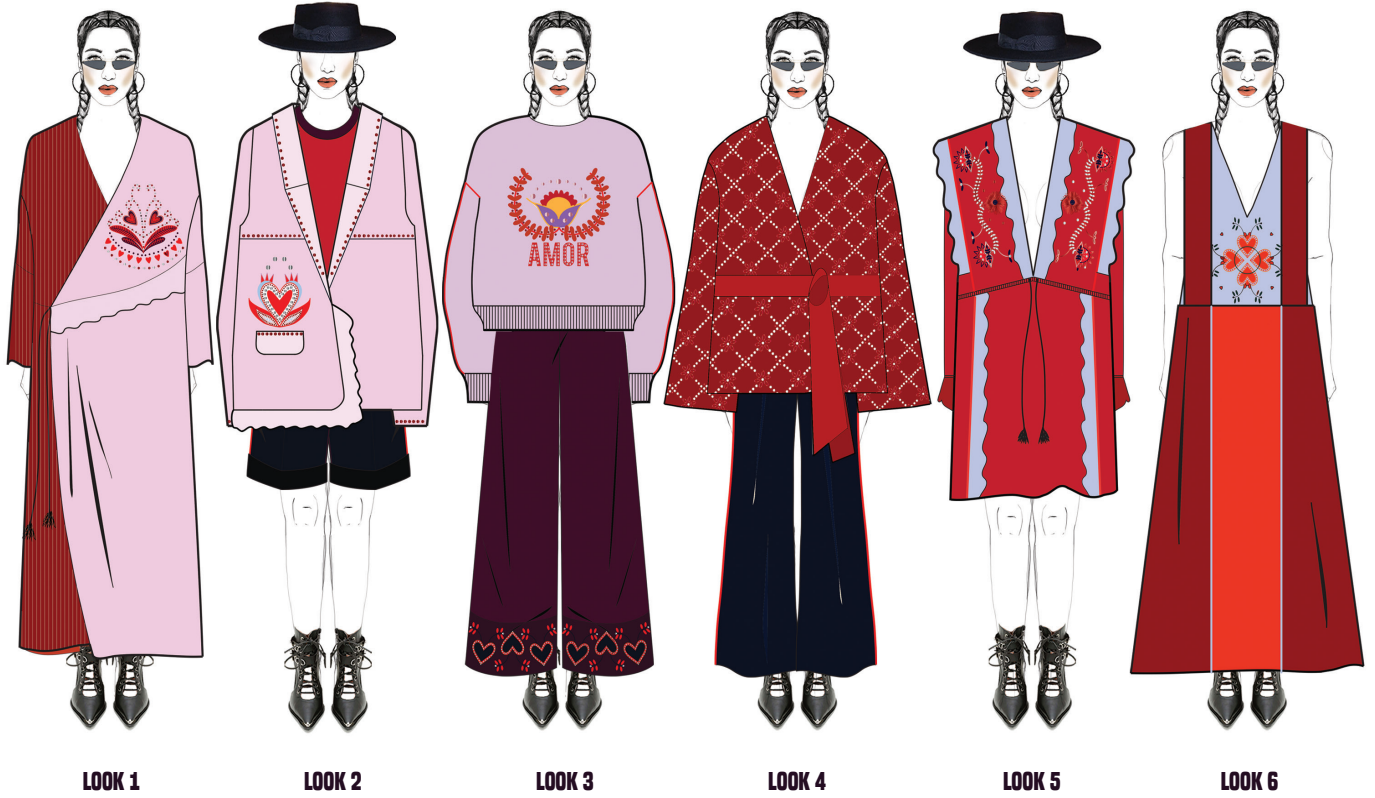
Na coleção foi ainda utilizado curtume derivado de um subproduto da indústria da criação de gado. Esta indústria cada vez mais insere a preocupação ambiental durante o seu procedimento de produção, pelo fato de usar no seu processo de curtição o menor número de químicos, e os animais serem tratados de uma forma racional, sem sofrimento, abatidos sob todas as regras de sanidade existentes na comunidade europeia com formas de saudáveis de tratamento, como alimentação e afeto. Estes animais crescem em pastos tratados transmitidos na qualidade da pele e carne, a posteriori o couro é utilizado a 100%, o que contribui para a proteção do meio ambiente não existindo nenhuma incineração ou poluição no nosso meio, ainda mais porque o processo de curtição é substancialmente mais sustentável relativamente aos processos comuns.

Para o bordado, foi utilizada linha de bordar 100% algodão e pedras ornamentais sintéticas designadas *Strass* (fig. 66), que conferem um brilho extra à coleção surgindo como alternativa às missangas do tradicional bordado do traje de Viana.



Fig. 66 Autora, Materiais da coleção, 2018.

*Fast Fashion VS. Slow Fashion*



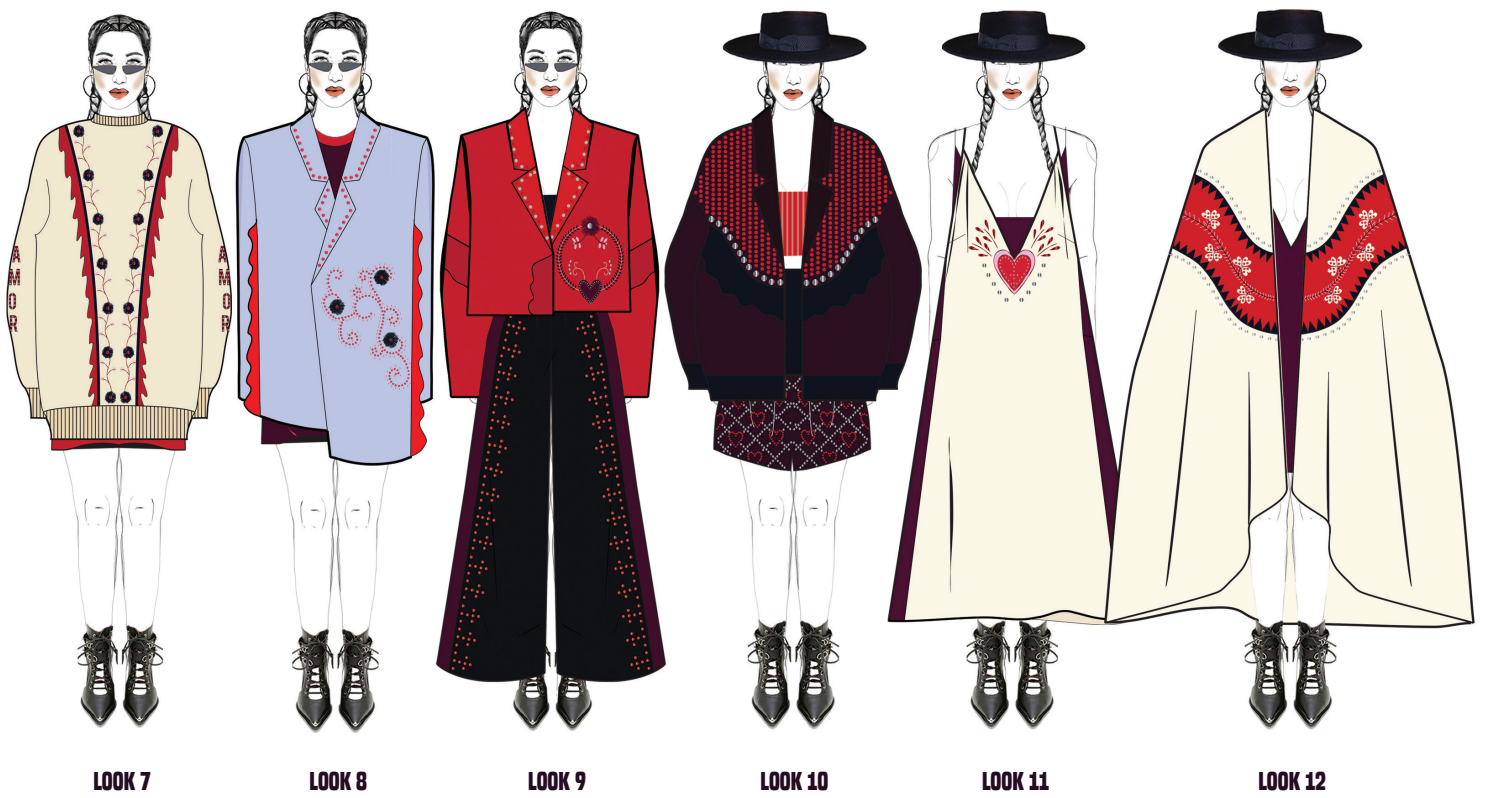


Fig. 67 Autora, *Line up* da coleção, 2018.



Fig. 68 *Autora*, Look 1, DEMO 2018.



LOOK 1

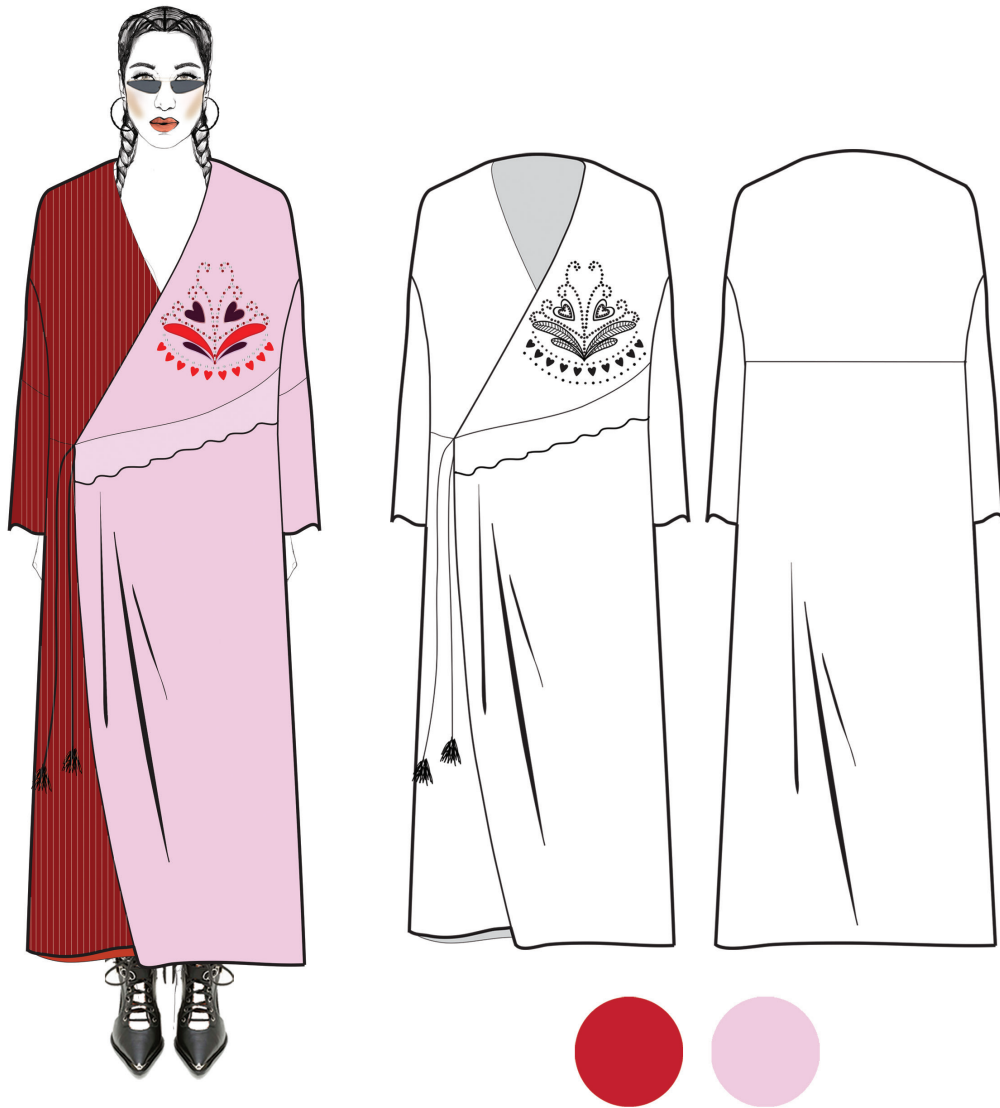


Fig. 70 Autora, Ficha técnica /1, 2018.

### Descrição look 1

Coordenado composto por um vestido (100% WO) de manga e comprimento compridos.

- Vestido comprido com mangas compridas;
- Lado esquerdo do vestido composto por duas componentes divididas por um folho que acompanha a costura;
- Decote em V;
- Dois bolsos metidos nas costurais laterais;
- Abotoamento realizado por um cordão de algodão, e duas molas inferiores na parte da interseção entre o lado direito e esquerdo;
- Costas compostas por duas componentes separadas por uma costura horizontal;
- Bordado composto pelos motivos, flores, corações e botões, com os elementos de ligação, hastes e caracóis, realizados com fio de bordar e pedras *Strass*.

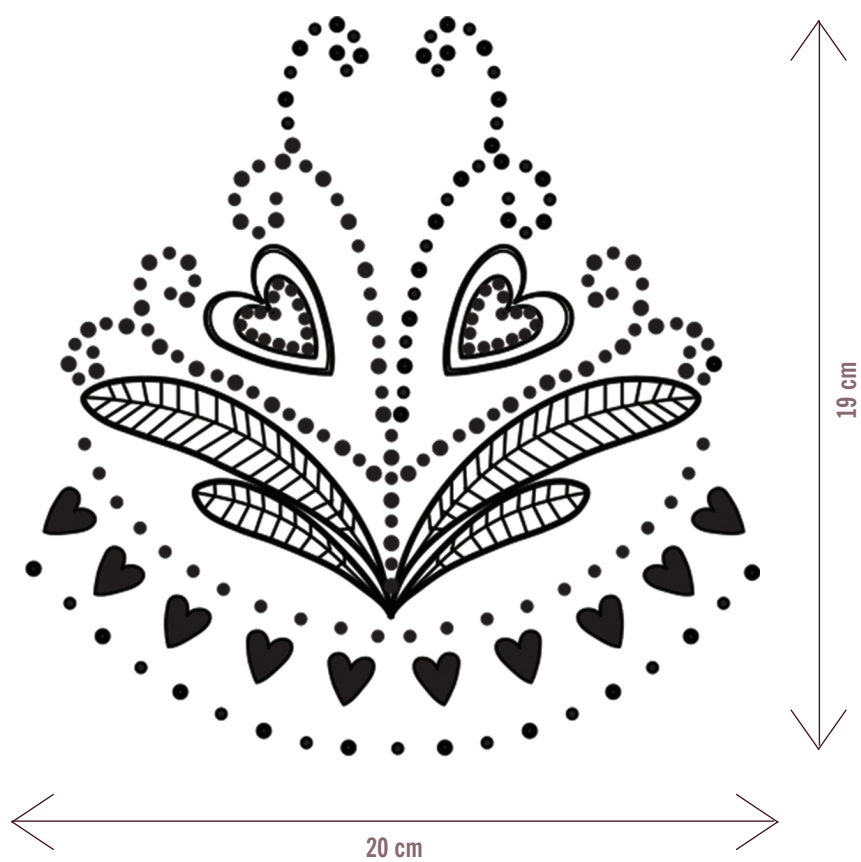


Fig. 71 Autora, Desenho do bordado /1,  
2018.



*O Viana do Castelo  
Neste cantinho tão belo  
Tu veste rio acima*

*Para compor a Matreza  
Tu deste tua beleza  
E a foz ao rio Lima*

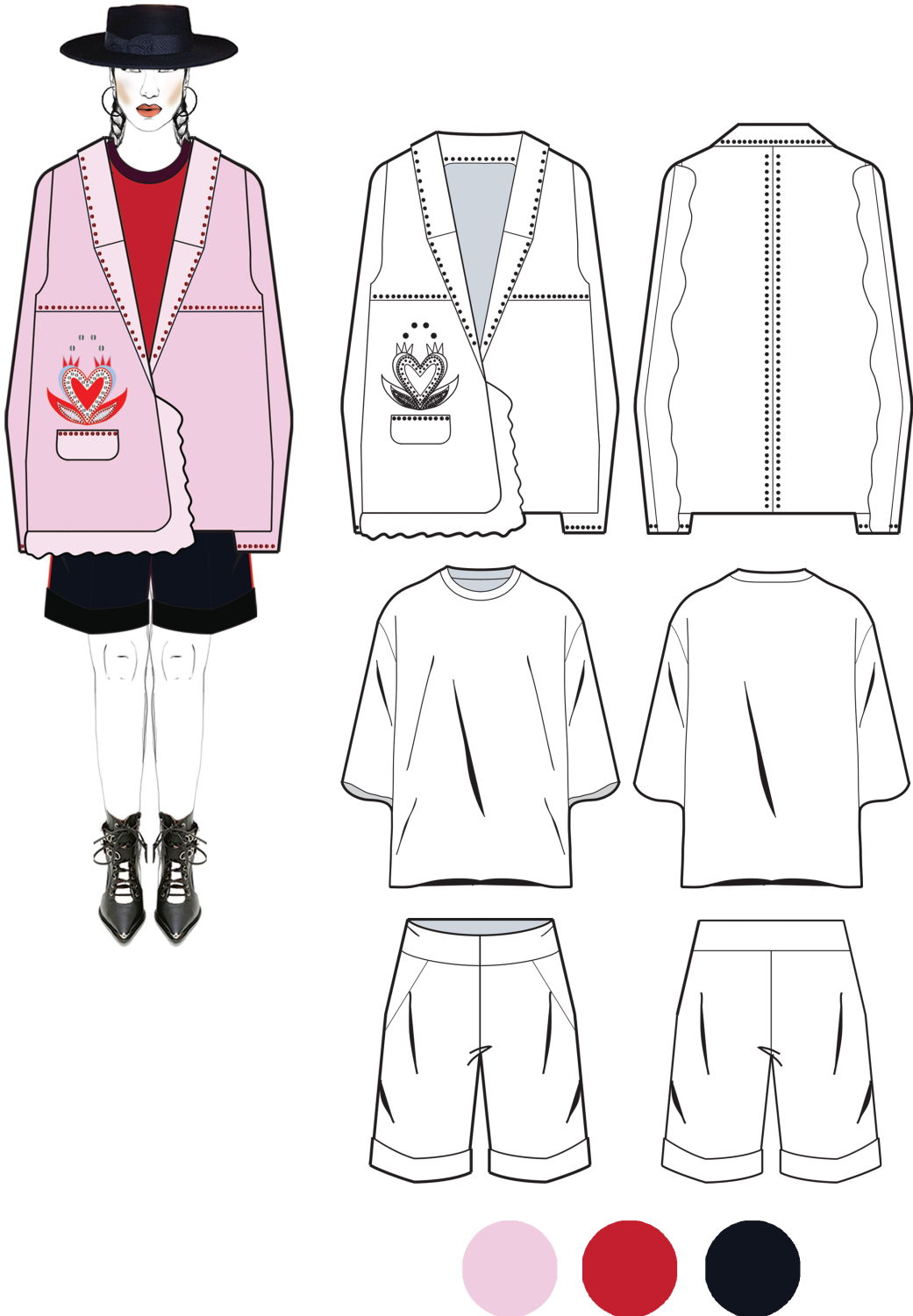
Fig. 72 Autora, Composição de imagens /1, 2018.



Fig. 73 *Autora*, Look 2, DEMO 2018.



LOOK 2



## Descrição look 2

Coordenado composto por um blazer (100% WO), t-shirt (100% CO) e calções (100% WO).

- Blazer composto por duas costuras na frente de cada lado;
  - Gola smoking;
  - Bolso de vivo unicamente no lado direito;
  - Folho no centro frente acompanhando a parte inferior do lado direito;
  - Costas compostas por duas componentes divididas por uma costura central;
  - Mangas com folho na costura atrás;
  - O bordado é composto pelos motivos, flores-coração e corações realizados com fio de bordar e pedras *Strass*.
- 
- T-shirt com corte simples e largo;
  - Gola redonda;
- 
- Calções compostos por um cós;
  - Vivo nas costuras laterais;
  - Bolsos de faca;
  - Bainha de 5 cm.
  - Fecho invisível no lado esquerdo;

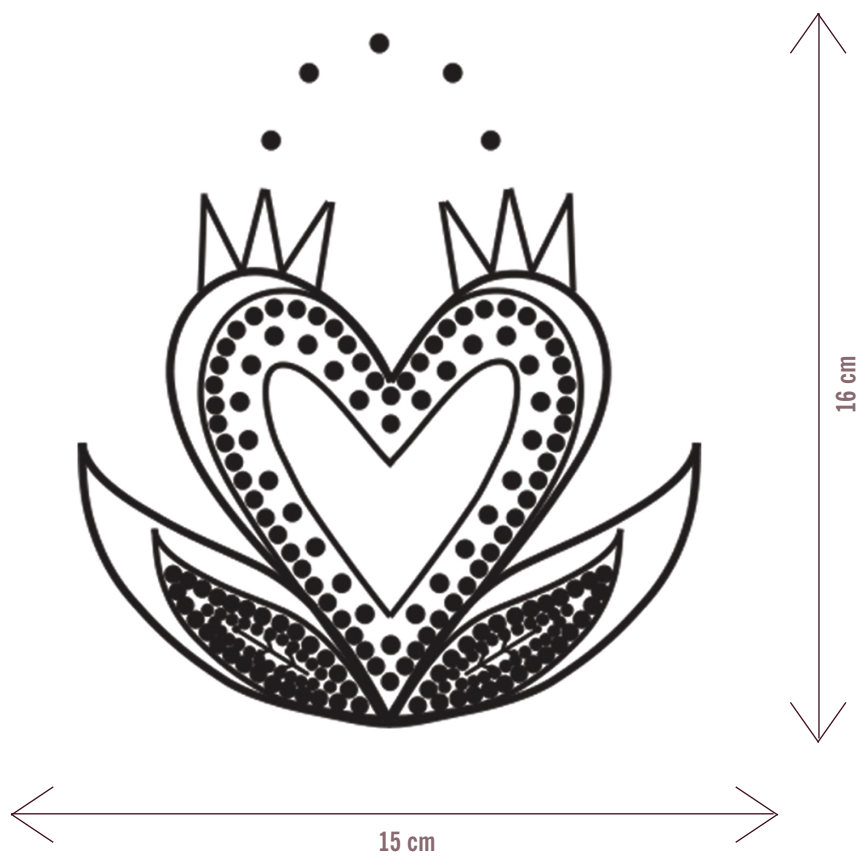


Fig. 76 Autora, Desenho do bordado /2,  
2018.



Fig. 77 Autora, Composição de imagens /2, 2018.

LOOK 3

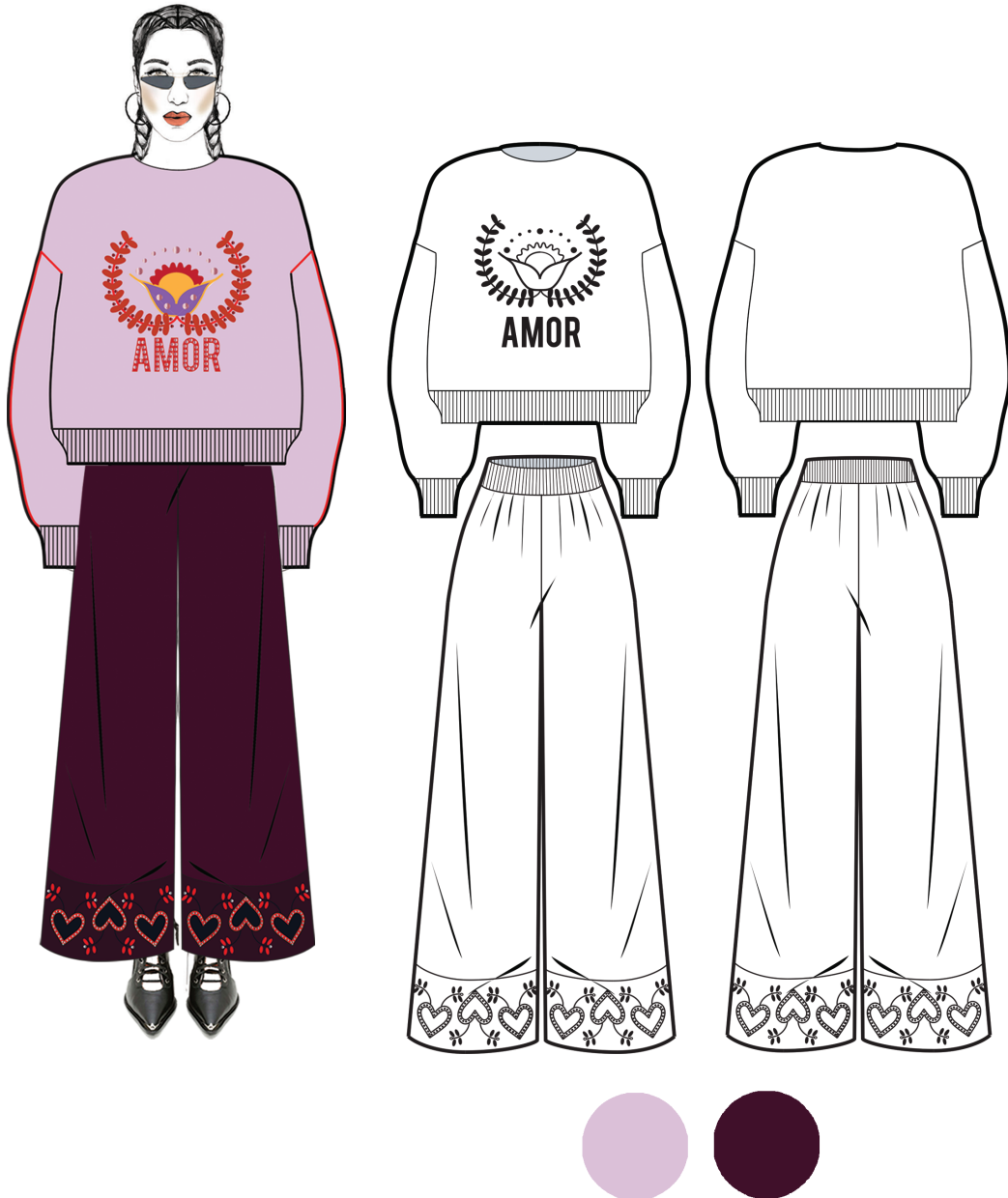


Fig. 78 Autora, Ficha técnica /3, 2018.

### Descrição look 3

Coordenado composto por uma sweatshirt (100% CO) e calças (100% WO).

- Sweatshirt curta de corte largo;
- Gola redonda;
- Rib nos punhos e zona inferior;
- Mangas com vivos nas costuras laterais;
- Bordado composto pelos motivos, flores e botões, com o elemento de ligação, hastes, realizadas com fio de bordar e pedras *Strass*;
- Palavra Amor aplicada na parte de frente com pedras *Strass*.

- Calças afuniladas de cintura subida;
- Cós em elástico.
- Costura horizontal na parte inferior;
- Bolsos metidos nas costuras laterais;
- Bordado composto pelos motivos, coração, flores e botões, com o elemento de ligação, hastes, realizadas com fio de bordar e pedras *Strass*.

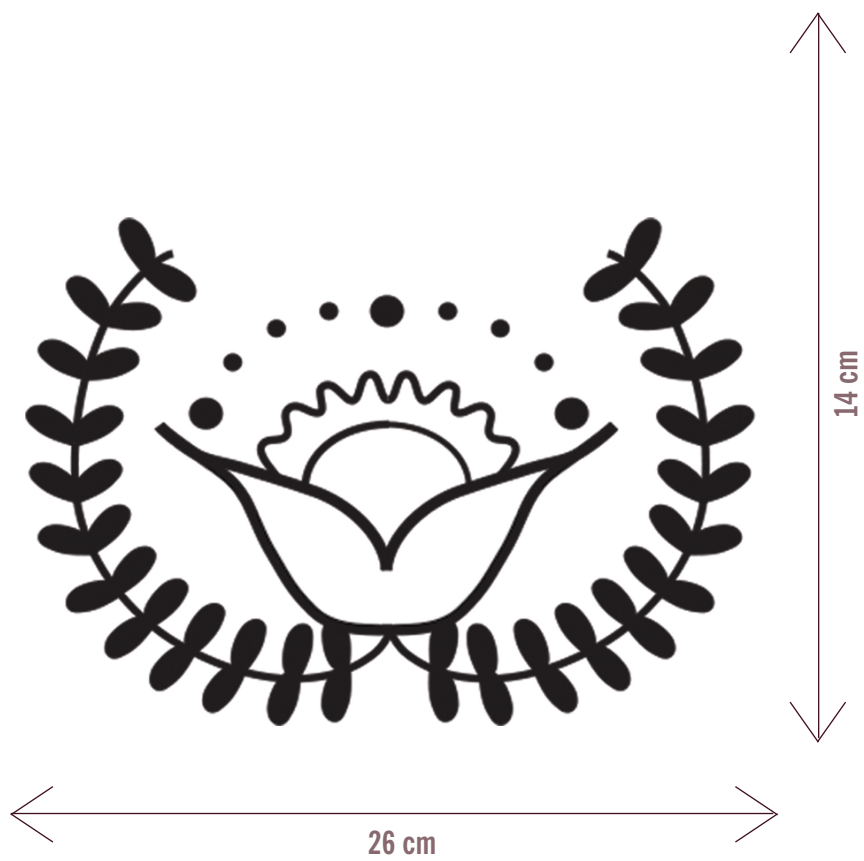


Fig. 79 Autora, Desenho do bordado /3,  
2018.

**LOOK 4**

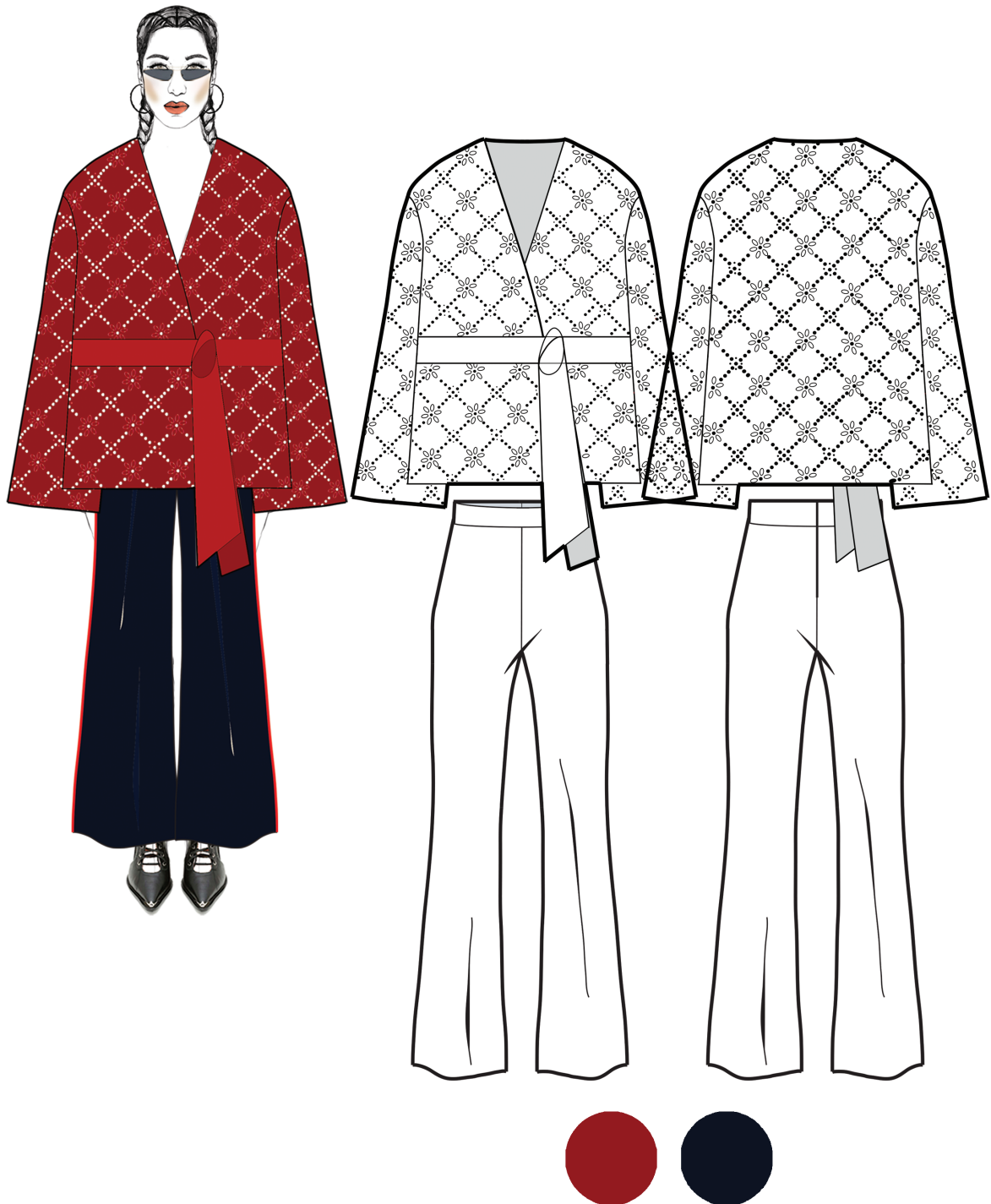


Fig. 80 Autora, Ficha técnica /4, 2018.

### **Descrição look 4**

Coordenado composto por um kimono (100% WO) e calças (100% CO).

- Kimono curto de corte largo;
- Decote em V;
- Abotoamento realizado por uma faixa comprida;
- Bordado composto pelos motivos, marias e marões, realizados com pedras *Strass*;
  
- Calças de corte direito e simples;
- Cós de elástico;
- Vivo nas laterias;
- Bolsos metidos nas costuras laterais.

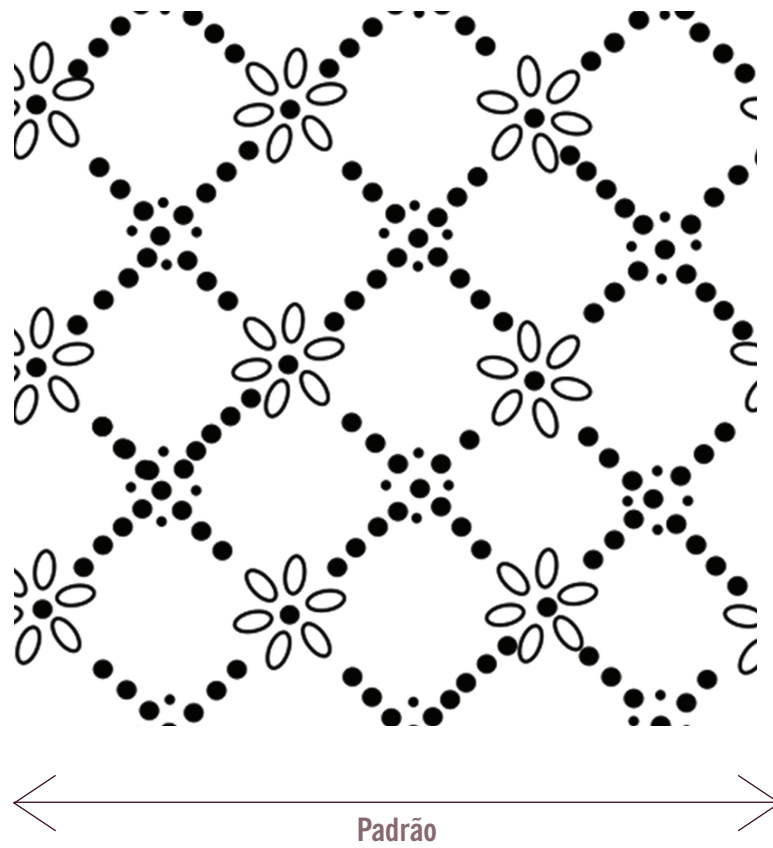


Fig. 81 Autora, Desenho do bordado /4,  
2018.



Fig. 82 Autora, Look 5, DEMO 2018.



LOOK 5

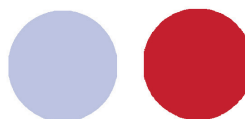
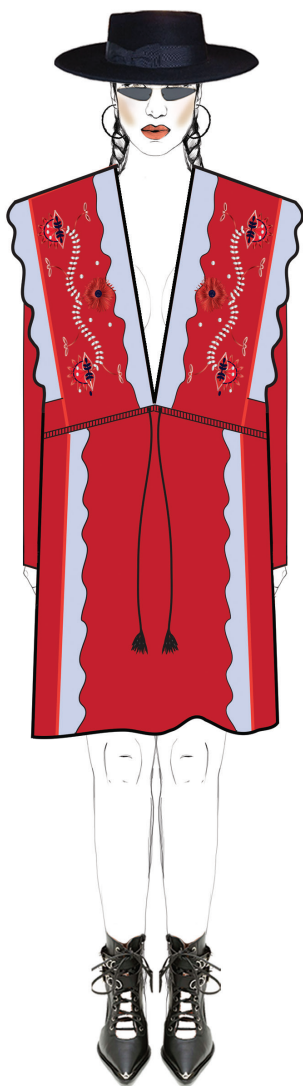


Fig. 84 Autora, Ficha técnica /5, 2018.

### Descrição look 5

Coordenado composto por um vestido (100% LI) largo de manga comprida.

- Vestido midi de corte largo;
- Decote em V;
- Parte superior composta por um folho inserido na costura do decote e na costura da frente acompanhando as costas;
- Mangas compridas;
- Saia composta por um folho inserido nas costuras da frente;
- Parte superior e inferior dividida por um cós com um cordão inserido, para apertar e desapertar;
- Bordado composto pelos motivos flores, cravos e botões, com o elemento de ligação, hastes, realizadas com fio de algodão e pedras *Strass*.

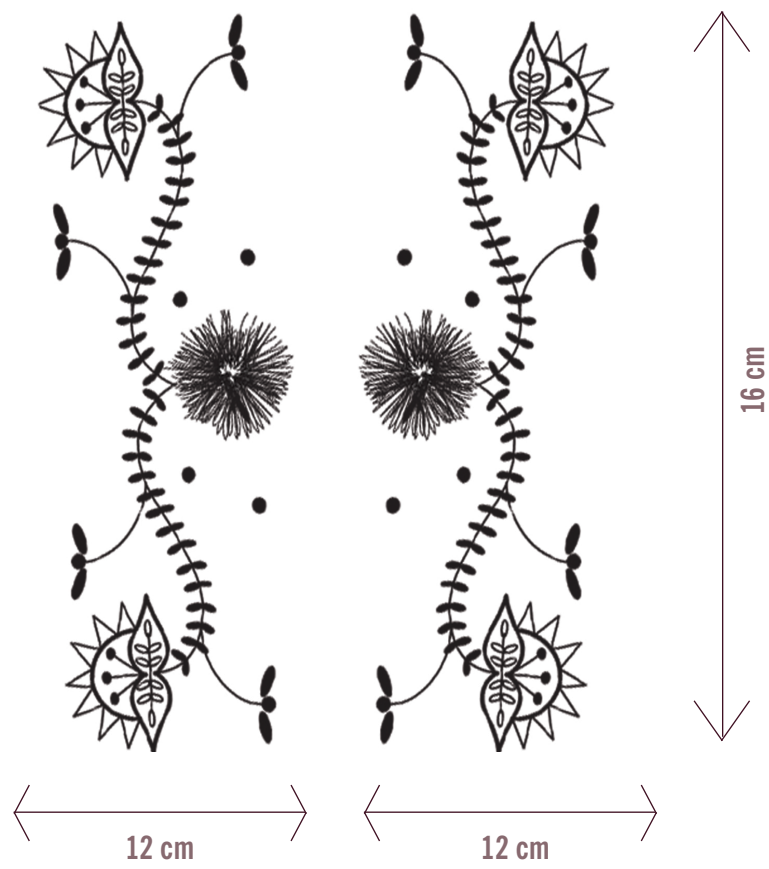


Fig. 85 Autora, Desenho do bordado /5,  
2018.



Fig. 86 Autora, Composição de imagens /5, 2018.

LOOK 6

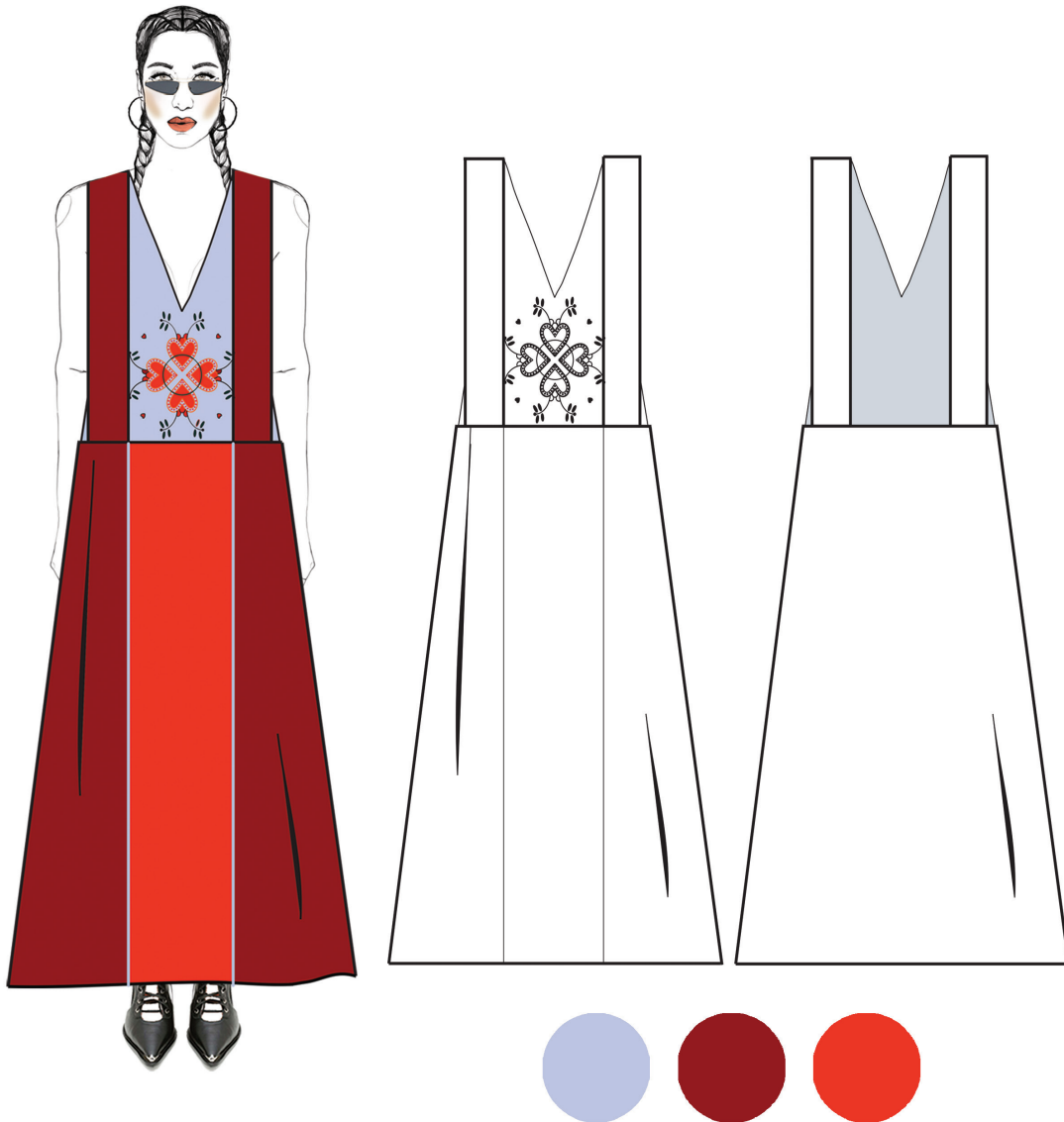


Fig. 87 Autora, Ficha técnica /6, 2018.

### Descrição look 6

Coordenado composto por um vestido (100% LI).

- Vestido composto por duas alças largas cosidas a uma componente subposta com decote em V;
- Componente subposta cosida no interior do vestido;
- Saia do vestido larga e comprida;
- Vivo nas costuras da frente da saia;
- Fecho invisível na lateral da saia;
- Bordado composto pelos motivos flores-coração, coração e botões, com o elemento de ligação, hastes, realizadas com fio de algodão e pedras *Strass*.

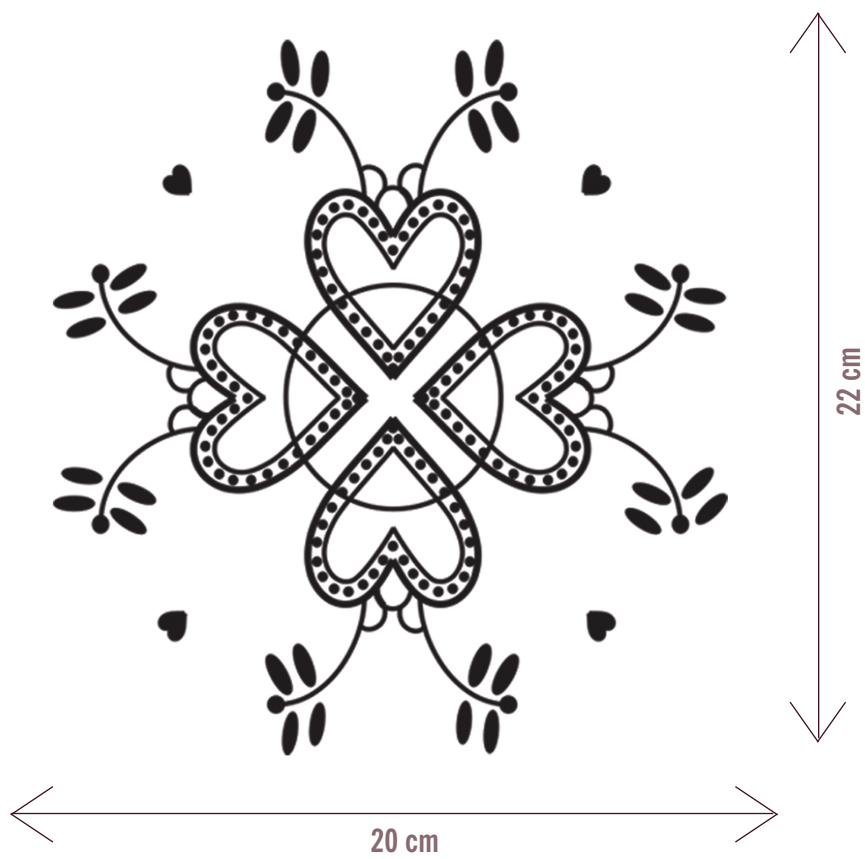


Fig. 88 Autora, Desenho do bordado /6,  
2018.

LOOK 7



Fig. 89 Autora, Ficha técnica /7, 2018.

### **Descrição look 7**

Coordenado composto por uma camisola (100% CO) e t-shirt (100% CO).

- Camisola com corte largo;
  - Decote redondo e punhos em rib;
  - Frente composta por duas costuras afuniladas com um folho inserido;
  - Palavra Amor aplicada nas mangas, com aplicações em Strass;
  - Bordado composto pelos motivos flores e botões, com o elemento de ligação, hastes, realizadas com fio de algodão;
- 
- T-shirt de corte simples e largo;
  - Gola redonda;

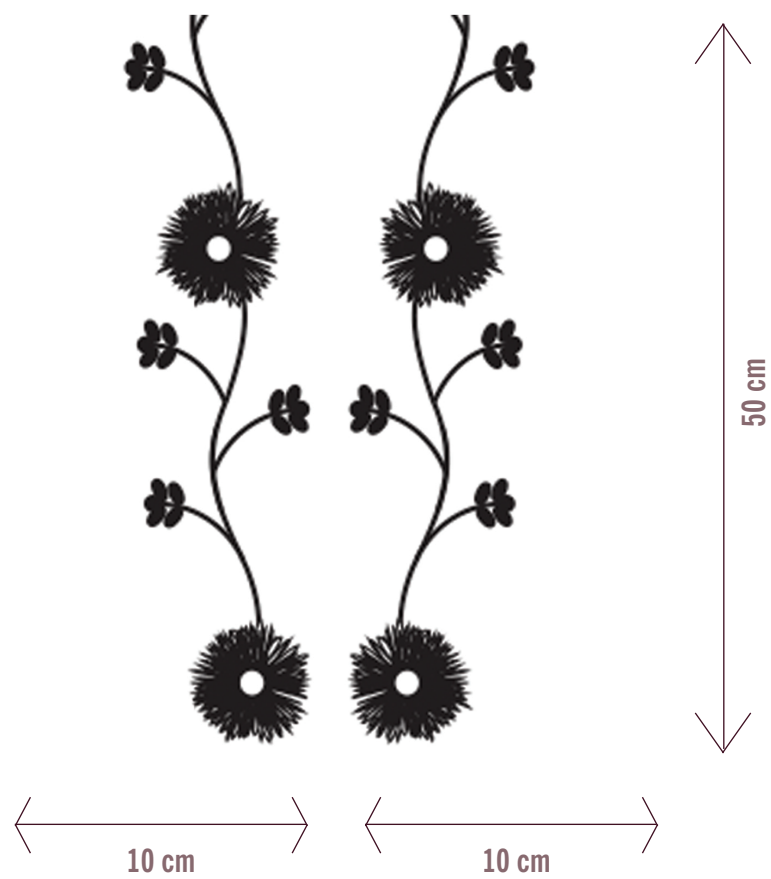


Fig. 90 Autora, Desenhos dos bordados /7,  
2018.



Fig. 91 Autora, Look 8, DEMO 2018.



LOOK 8

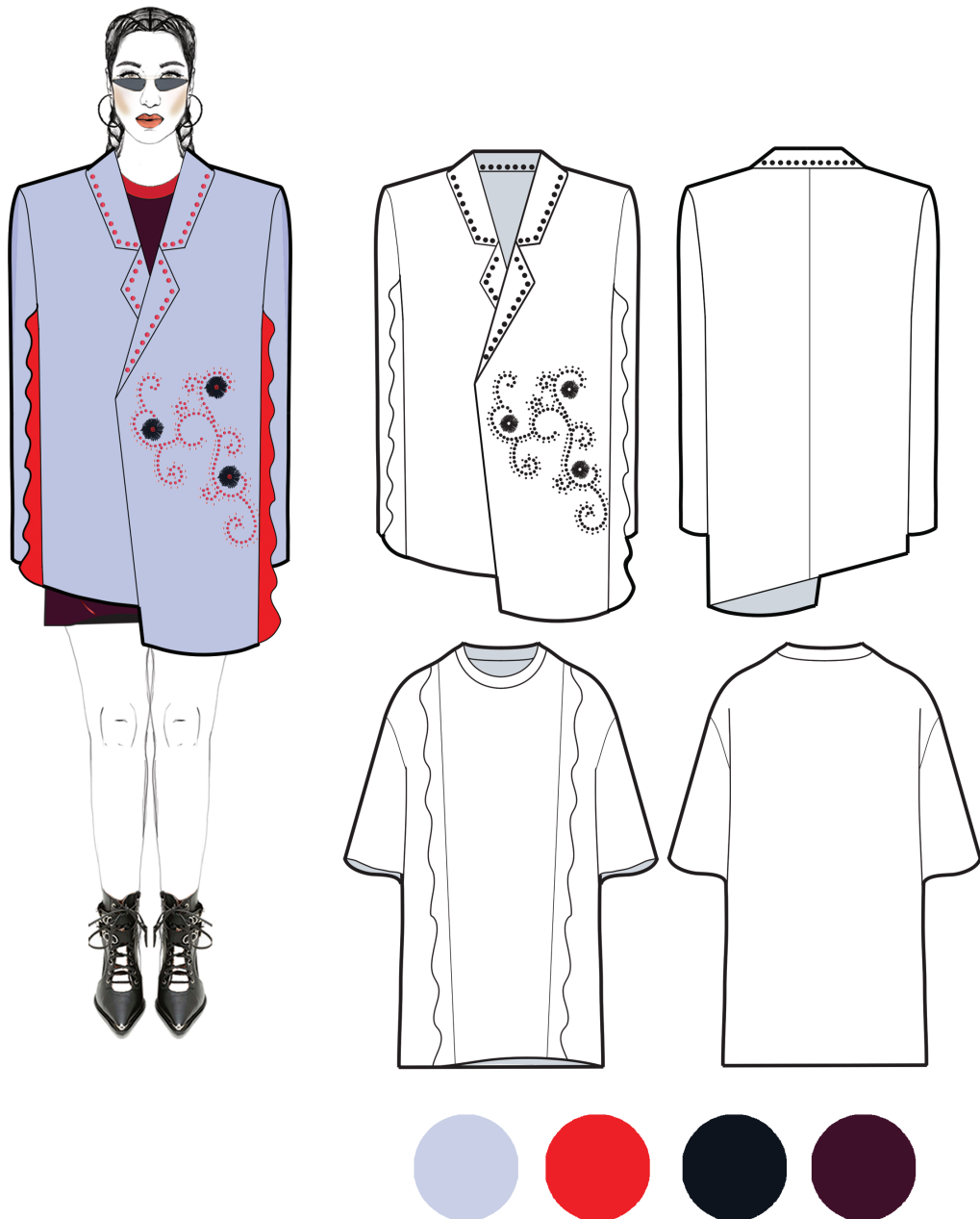


Fig. 93 Autora, Ficha técnica /8, 2018.

### Descrição look 8

Coordenado composto por um blazer (Pele de vaca) e t-shirt (100% CO).

- Blazer de corte direito e assimétrico;
- Gola com lapela;
- Laterais composta por um folho em cada lado;
- Abotoamento realizado por uma mola cosida na parte inferior da frente;
- Costas compostas por duas componentes, separadas por uma costura;
- Bordado composto pelos motivos flores com os elementos de ligação, hastes e caracóis, realizados com fio de algodão e pedras *Strass*;
  
- T-shirt de corte simples e largo;
- Folhos nas costuras da frente;
- Gola redonda.

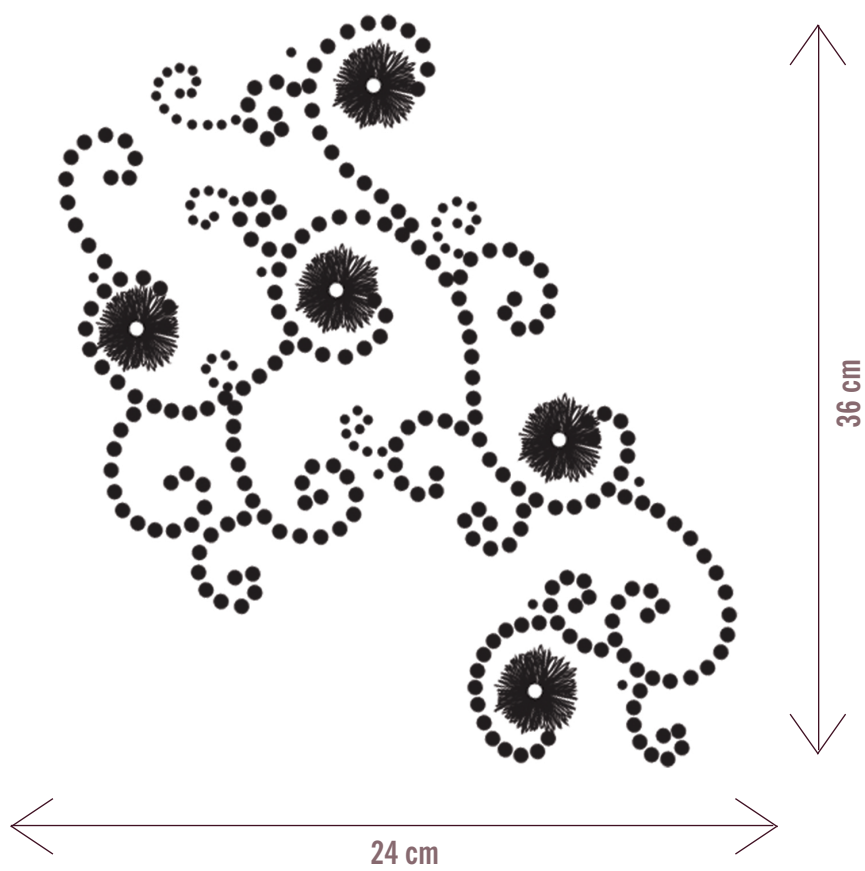


Fig. 94 Autora, Desenho do bordado /8,  
2018.



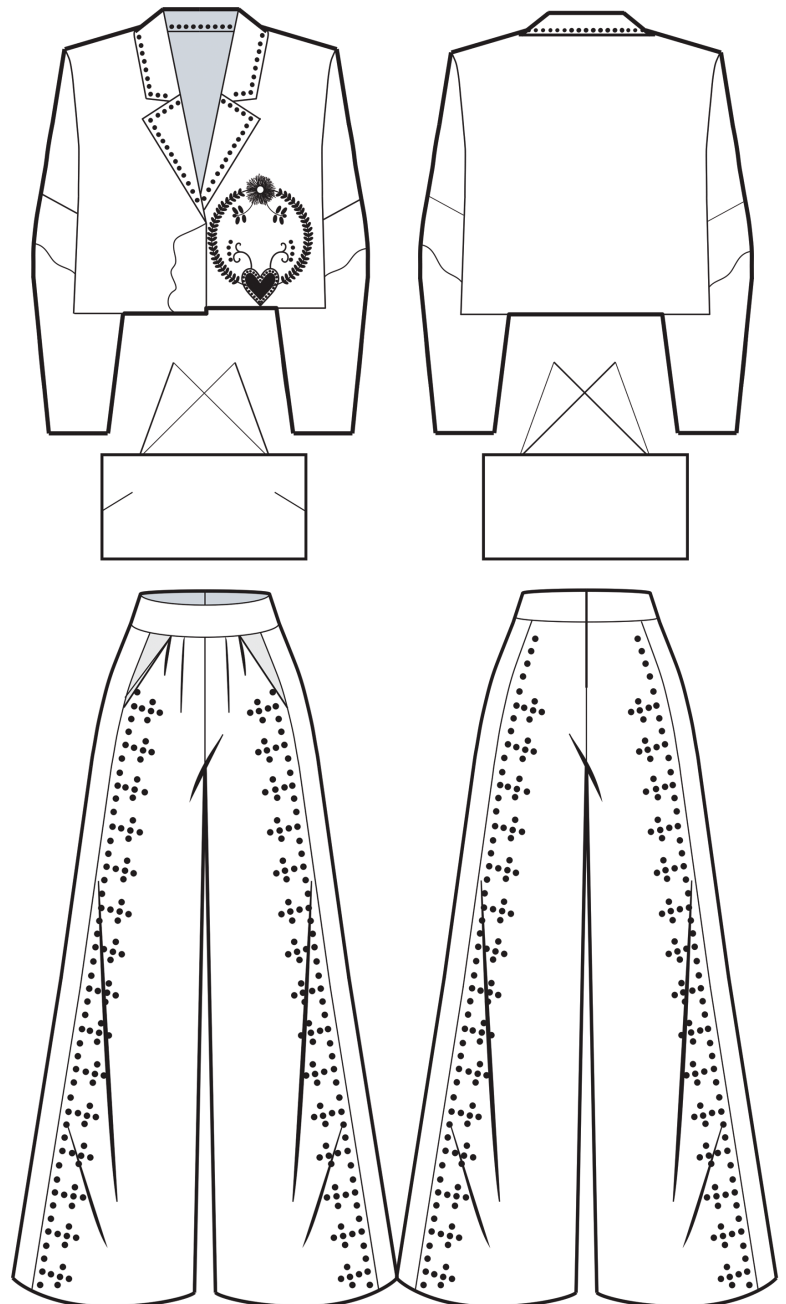
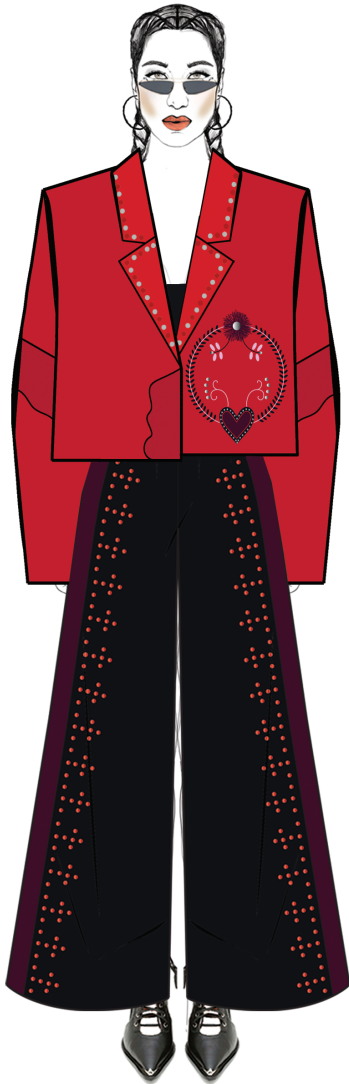
Fig. 95 Autora, Composição de imagens /8, 2018.



Fig. 96 Autora, Look 9, DEMO 2018.



LOOK 9



### Descrição look 9

Coordenado composto por um bolero (100% WO), top (100% WO) e calças (100% WO).

- Bolero com corte direito;
- Gola com lapela;
- Lapela do lado direito com folho na costura;
- Manga com forma larga e folho inserido na costura do meio;
- Bordado composto pelos motivos coração, flores e botões, com os elementos de ligação, hastes e caracóis, realizados com fio de algodão e pedras *Strass*;
  
- Top com corte simples e direito;
- Alças em cordão de algodão;
  
- Calças largas de cintura subida;
- Faixa lateral, com aplicações em *Strass*;
- Bolsos faca;
- Fecho invisível na parte central das costas.

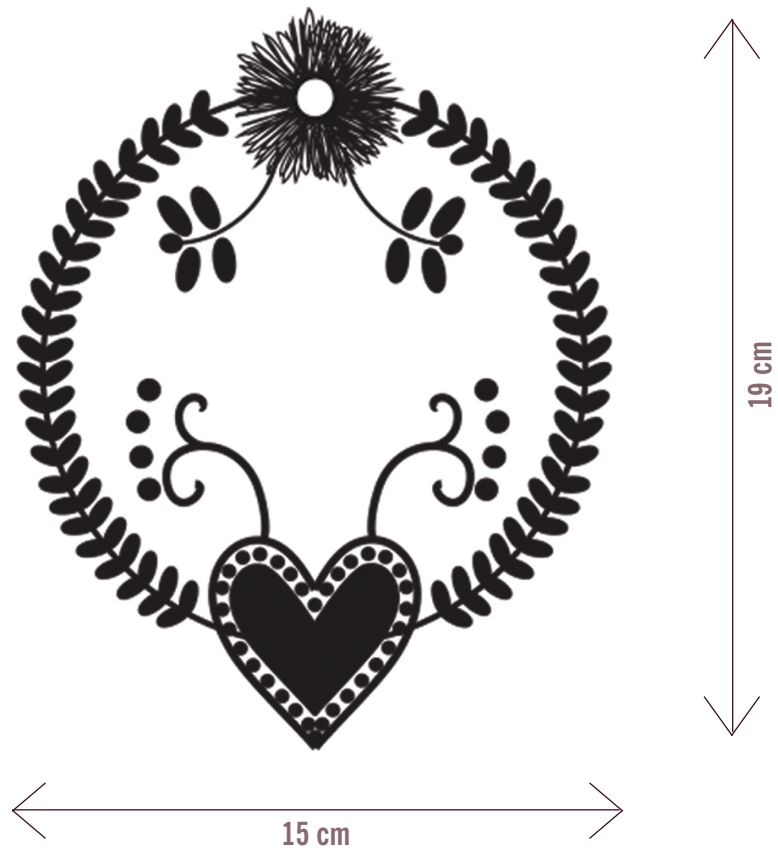


Fig. 99 Autora, Desenho do bordado /9,  
2018.



Fig. 100 Autora, Composição de imagens /9, 2018.



Fig. 101 Autora, Look 10, DEMO 2018.



LOOK 10



Fig. 103 Autora, Ficha técnica /10, 2018.

### Descrição look 10

Coordenado composto por um blusão (100% pele de vaca), top (100% WO) e calções (100% WO).

- Blusão de corte largo;
  - Gola com lapela de largura e altura curta;
  - Frente composta por dois folhos inseridos nas costuras da frente;
  - Carcela no centro frente;
  - Adaptação dos bordados feito unicamente por pedras *Strass* na parte de frente e trás. O desenho é composto pelos motivos corações, flores e botões, com o elemento de ligação, hastes;
- 
- Top de corte simples e direito;
  - Alças em cordão de algodão;
- 
- Calções de cintura subida;
  - Cós de elástico na parte de trás;
  - Fecho invisível na lateral;
  - Adaptação dos bordados feito por pedras *Strass* com os desenhos formados pelos motivos dos corações e botões.

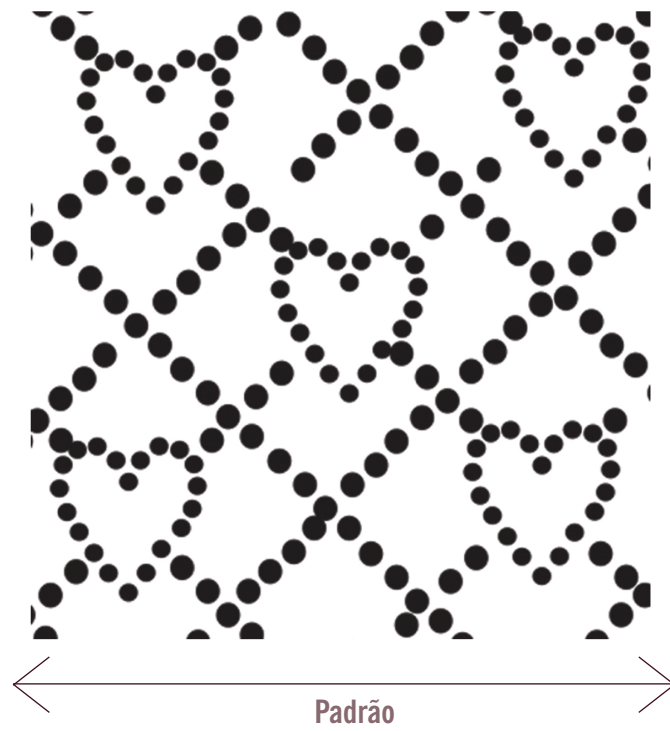
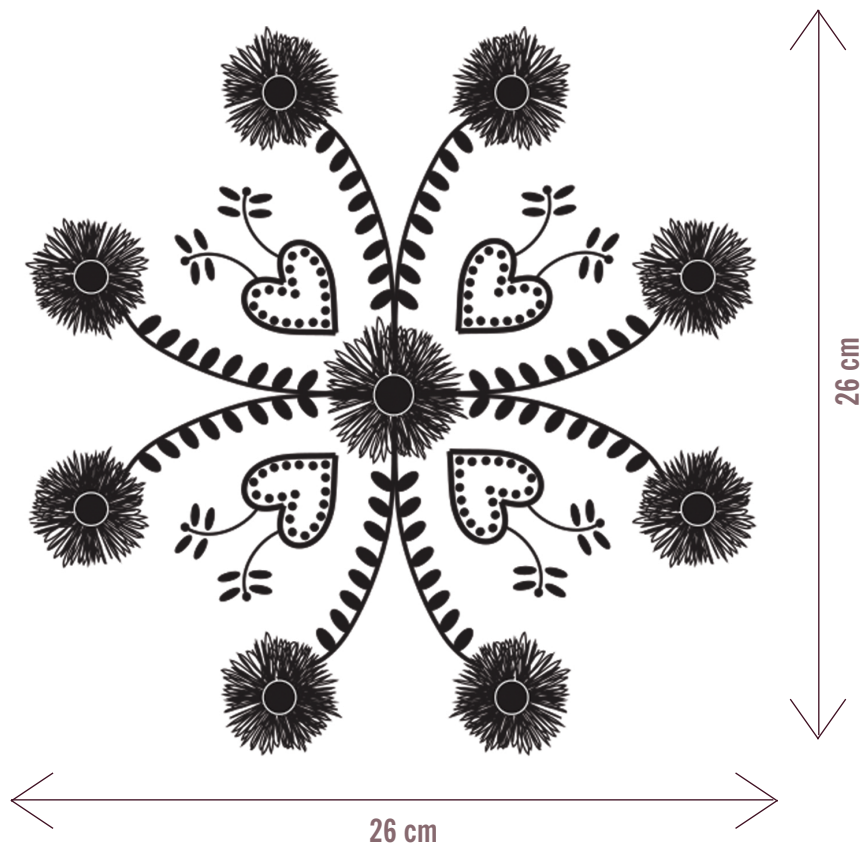


Fig. 104 Autora, Desenhos dos bordados /10, 2018.



Fig. 105 Autora, Composição de imagens /10, 2018.

LOOK 11



Fig. 106 Autora, Ficha técnica /11, 2018.

### Descrição look 11

Coordenado composto por um vestido (100% WO).

- Vestido fluído com componente subposta;
- Decote em V;
- Parte subposta do vestido cosida às laterias interiores da camada sobreposta;
- Alças de algodão;
- Faixa lateral;
- Bordado composto pelos motivos coração e botões, com o elemento de ligação, hastes, realizadas com fio de algodão e pedras *Strass*.

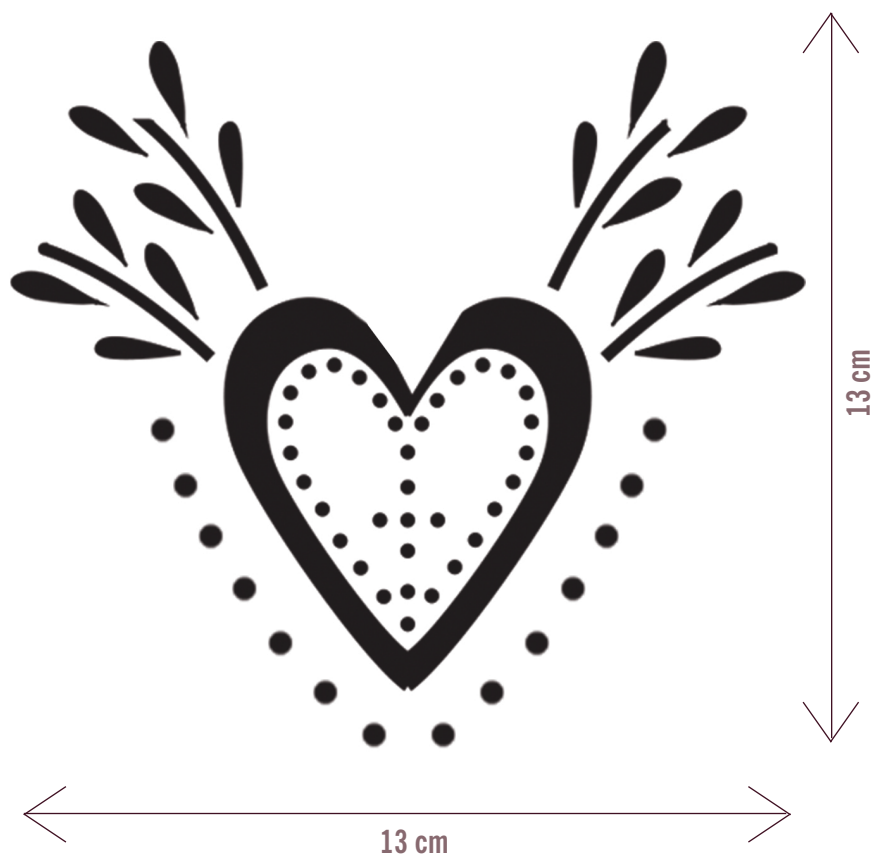
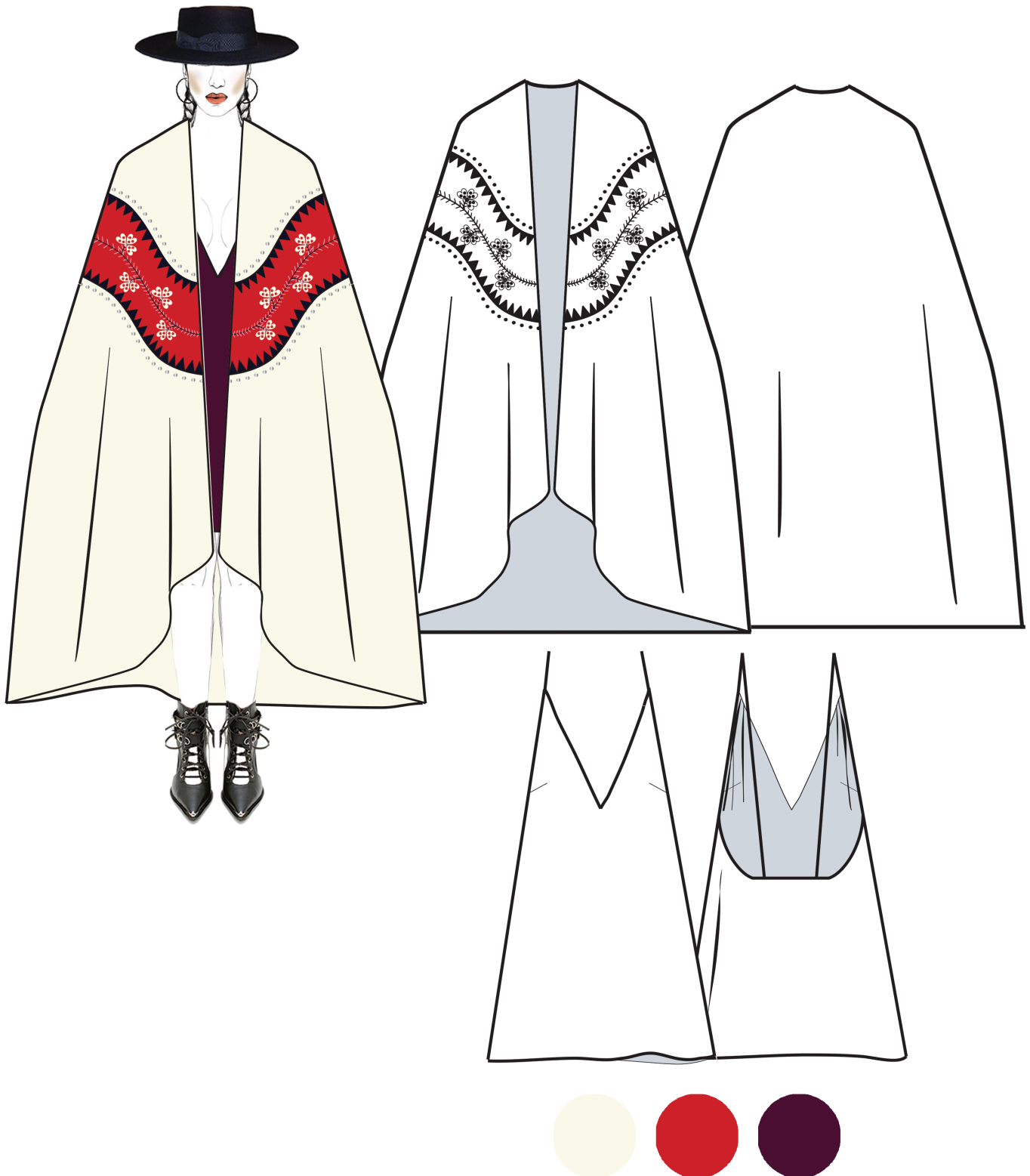


Fig. 107 Autora, Desenho do bordado /11,  
2018.

LOOK 12



### **Descrição look 12**

Coordenado composto por um vestido (100% CO) e capa (100% WO).

- Vestido de corte simples e comprimento curto;
- Decote em V;
- Alças de algodão;
  
- Capa comprida de corte largo, sem abertura de braços;
- Abotoamento com colchete;
- A frente da capa é constituída por uma componente com o bordado;
  - Bordado composto pelos motivos trevos e botões, com o elemento de ligação, hastes, realizadas com fio de algodão e pedras *Strass*.

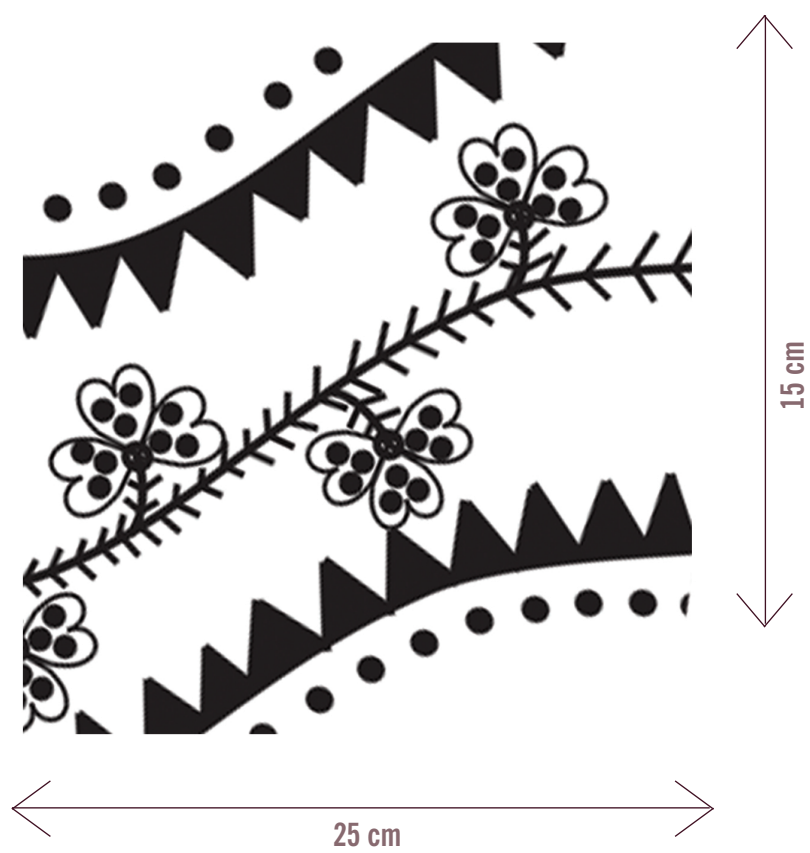


Fig. 109 Autora, Desenho do bordado /12, 2018.

*Fast Fashion VS. Slow Fashion*

---

O projeto desenvolvido permitiu à investigadora um conhecimento mais profundo sobre as áreas estudadas, interação com novos materiais e matérias-primas, de modo a desenvolver um produto final que reforce o tópico apresentado.

*AST FASHIONS L*

*WFASHION FAS*

*TFASHIONSLOW*

*FASHIONFASTFA*

*HIONSLOWFAS*

*IONFASTFASHI*

# .5

## CONSIDERAÇÕES FINAIS



## 5.1. CONCLUSÕES

A pertinência da temática desta dissertação, conducente à obtenção do grau de Mestre em Design de Moda pela FA. ULisboa, reafirma-se face às conclusões obtidas, resultantes de toda a investigação.

Remetendo ao primeiro capítulo - onde são expressos os principais objetivos da dissertação (Capítulo I) cujo foco assentava na observação, investigação, sistematização e análise dos fenómenos da Globalização, *Fast Fashion* e *Slow Fashion*, assim como os seus processos de evolução e impactos socioculturais, no período compreendido entre a 1<sup>o</sup> Revolução Industrial e a atualidade - é possível afirmar que este objetivo foi integralmente atingido, face aos inúmeros obstáculos e escassez de informação sistematizada e objetiva.

Essencial referir, enquanto fator crítico de sucesso, a exiguidade e dispersão de informação literária sobre o tema em questão, nomeadamente ao *Fast Fashion*, bem como a ausência de bibliografia e web grafia inseridas na cultura de Viana do Castelo, fatores estes que determinaram uma maior complexidade da investigação, na gestão de recursos disponíveis.

Em relação às conclusões, é possível afirmar que:

Num mundo cada vez mais globalizado consequente da Revolução Industrial, as sociedades têm vindo a presenciar importantes mudanças que resultaram da indústria massificada onde as pessoas tiveram de aprender a trabalhar com as inovações das novas tecnologias deste modo a deixar de parte a mão de obra qualificada.

Como fator da massificação, o consumo passou a ser tomado como um estilo de vida, praticado progressivamente pela sociedade desde o século XVIII até à atualidade. Os consumidores, inseridos na civilização do desejo, estão expostos ao fácil acesso das tendências, atualmente mais

independente e exigente. Estes aspetos entram em ação causando uma sensação de felicidade, aquisição, e impulso sobre o consumidor que fazem ressoar o sistema *Fast Fashion* existentes atualmente.

Consoante este rápido modelo de produção, é possível concluir que o *Fast Fashion* pode produzir e projetar roupa a uma velocidade extrema no período em que as tendências de consumo atingem o topo resultando de produtos semelhantes das empresas haute couture que adotam o sistema tradicional, levando à desmistificação do processo da moda. Para contornar esta realidade, a indústria da moda passou da previsão de tendências para o uso de dados em tempo real, de modo a entender as necessidades e desejos dos consumidores. Com esta estratégia de marketing, *See it now, Buy it now*, as marcas conseguem disponibilizar os produtos nas lojas logo após a serem expostos nos desfiles de moda.

Foi também possível concluir que e o *Slow Fashion* surgiu como uma alternativa sócio-ambiental mais sustentável na indústria da moda. A prática deste sistema preza pela diversidade, exclusividade, valorização da dedicação, qualidade, promove a consciência ambiental, mantém a sua produção em pequenas escalas e valoriza as pessoas envolvidas na criação, fortalecendo deste modo a cultura de uma região recorrendo aos costumes e tradições.

Entre estes dois sistemas arremata-se que ambos têm valores de ética bastante diferentes, incapacitando a união de ambos, pois, o *Slow Fashion* consegue traduzir uma realidade mais sustentável a nível social e ambiental, tornando a moda mais consciencializada e valorizada.

A partir da análise SWOT obteve-se uma melhor identificação dos valores éticos relativos aos tópicos, *Fast Fashion* e *Slow Fashion*, identificando os objectivos internos e externos de cada um. Com isto, conclui-se que o sistema *Fast Fashion* desenvolve mais fraquezas, em comparação com o *Slow Fashion*. Apesar de ambos possuírem fraquezas, o *Fast Fashion* consegue superar as desvantagens socio ambientais do *Slow Fashion*, pela sua baixa

qualidade de produção que gere mais descarte a nível ambiental e a sua extrema falta de individualidade. Contudo, o Mundo está exposto a uma falta de exclusividade e criatividade, bem como a mínima durabilidade que as peças estão sujeitas, conseqüentes da produção massificada causada pelo *Fast Fashion*. Neste caso de estudo, os dois sistemas não podem entrar em conjunto no panorama recorrente da indústria da moda, pelos distintos valores éticos que cada um possui.

Do revivalismo das artes têxteis e métodos tradicionais de produção, conclui-se que o movimento das *arts and crafts*, tinha o objetivo de colocar em primeiro plano o artesanato artístico e o feito à mão, reavivando as habilidades manuais realizadas por artesãos que empenham o sentido tátil.

Com isto, entra em destaque a arte popular portuguesa nomeadamente o artesanato - o ressurgimento do artesanato ocorreu em 1990, quando se sucederam as mudanças na perceção deste conceito e a oportunidade de apresentar o artesanato como um símbolo de riqueza. Inspirado na cultura e religião, veio a evoluir durante o tempo alterando progressivamente o seu conceito.

Desta maneira, a sociedade precisa de encontrar uma consciencialização mais justa da moda, recorrendo a produções mais lentas que se interliguem com a valorização das habilidades tácteis, pois, com toda a massificação o artesanato tem perdido o seu reconhecimento.

A investigação conclui que a valorização das habilidades tácteis dos artesãos populares portugueses e o uso de materiais 100% naturais tomou um papel fulcral no desenvolvimento deste projeto, com base nos princípios da *Slow Fashion*, valorizando deste modo as questões da ética e sustentabilidade.

Embora, o bordado traduza antiguidade, as pessoas sentem a necessidade da inovação, por isso mesmo a coleção é inspirada na reinterpretação do bordado de Viana do Castelo, um dos maiores ícones culturais portugueses.

Com isto, a *capsule* apresentada oferece ao consumidor peças com autenticidade, história e sentimento a partir de novas técnicas e materiais tradicionais ou inovadores, tendo a investigadora procurado ajustar-se aos inevitáveis constrangimentos com a produção de uma coleção mais enraizada no movimento *Slow Fashion* acarreta, nomeadamente económicos e temporais.

A presente coleção foi apresentada ao público no evento DEMO´18, através de uma sessão fotográfica, realizado no dia 21 de Junho de 2018, cujas imagens constam no anexo.

## **5.2. RECOMENDAÇÕES PARA FUTURAS INVESTIGAÇÕES**

Todas as áreas envolvidas durante o processo de investigação, são temas que se encontram pouco exploradas e em constante evolução, verificando-se uma relativa ausência em estudos académicos, pelo que consideramos um tema exigente relativamente à sua atualização e de grande pertinência por envolver questões de grande importância, tais como a ética e a sustentabilidade, a gestão de recursos do planeta e o impacto socioeconómico da indústria têxtil e da moda, em termos globais.

Deste modo, a investigadora está consciente de que, apesar do seu empenho no desenvolvimento desta investigação, esta área de investigação não está completamente esgotada e de que outras abordagens podem e devem vir a ser futuramente desenvolvidas, pretendendo que a presente dissertação possa vir a estimular futuras investigações de profissionais e estudantes, por forma a retomar o seu questionamento e obter contribuição para um maior conhecimento académico, e conjuntamente interagir com a sociedade.

### **5.3. DISSEMINAÇÃO**

A disseminação desta dissertação compreende a apresentação/defesa oral do projeto de investigação em prova pública perante um quadro de jurados especializados e eventual público, no sentido da obtenção do grau de Mestre em design de Moda pela Faculdade de Arquitectura da Universidade de Lisboa, no decorrer da qual serão sumariamente apresentados e discutidos os aspetos fulcrais e resultados da investigação, cuja discussão será orientada.

Esta investigação irá futuramente ficar disponível no Repositório da Biblioteca da Faculdade de Arquitectura da ULisboa, de modo a poder ser disponibilizada para servir como base para futuras ideias para outros designers, podendo gerar uma eventual publicação em artigos de revistas, blogs e plataformas académicas.

Pretende-se ainda exibir a coleção na câmara Municipal de Viana do Castelo ou até mesmo num atelier/showroom de designers estabelecidos na cidade, de modo a divulgar o trabalho contemporâneo da autora.

Por outro lado o produto final foi demonstrado visualmente a partir de uma sessão fotográfica aberta ao público organizada pela Faculdade de Arquitectura da ULisboa, apresentada durante o evento anual DEMO, tendo servido como primeira plataforma de suporte para a apresentação e validação da investigação, pretendendo ainda comunicá-la nos media digitais e redes sociais.



*ASTFASHIONSLOW*

*WFASHIONFAS*

*TFASHIONSLOW*

*FASHIONFASTFA*

*HIONSLOWFAS*

*IONFASTFASHI*

# **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

## **BIBLIOGRAFIA**

# **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

- ADAMCZYK, A. (2014). **Why Brands and Retailers Are Running With the 'Slow Fashion' Movement**. Forbes. (Consultado a 5 de Outubro de 2018) Disponível em: <<https://www.forbes.com/sites/aliciaadamczyk/2014/11/20/why-brands-and-retailers-are-running-with-the-slow-fashion-movement/#508447edc642>>
- ADAMSON, G. (2007). **Thinking through craft**. New York. Berg Publishers. ISBN: 9781845206475. (Consultado a 18 de Fevereiro de 2018)
- ALLERSTON, P. (2006). **An Undisciplined Activity? Lace Production in Early Modern Venice**. Helsinki . XIV Internacional economic history congress (Consultado a 16 de Agosto de 2017) Disponível em: <<http://www.helsinki.fi/~iehc2006/papers2/Allerston.pdf>>
- BARREIRO, M. (2014). **Moda y globalización: De la "estetica de clase" al "Estilo subcultural"**. Universidad de a coruña. Revista Internacional de Sociología, 39. (Consultado a 5 de Maio de 2017) Disponível em: <<https://www.ces.uc.pt/lab2004/pdfs/AnaBarreiro.pdf>>
- BASTO, C. (1930). **Traje à Vianesa**. Gaia. Edições Apolino. (Consultado a 12 de Dezembro de 2017)
- BEATTY, S, FERRELL, E. (1998). **Elizabeth. Impulse buying: Modeling its precursors**. Journal of Retailing, 74 (2). (Consultado a 13 de Junho de 2017)
- BENATTI, M. (2016). **The effects of globalization in the fashion industry**. Universidade de Lisboa: Faculdade de Arquitectura. . (Consultado a 23 de Maio de 2017) Disponível em: <<http://www.repository.utl.pt/bitstream/10400.5/13444/1/DISSERTATION%20MAISA%20-%20Documento%20definitivo%20.pdf>>
- BRENNINKMEYER, I. (1963). **The sociology of fashion**. Sirey. Koln-Opladen: Westdeutscher Verlag. (Consultado a 7 de Fevereiro de 2018).
- BRISMAR, A. (2014). **Green Strategy**. Sweden. (Consultado a 13 de Junho de 2017) Disponível em: <<http://www.greenstrategy.se/about-us/anna-brismar/>>
- BRUNDLAND COMISSION. (1987). **Brunland repost**. Publication by world comission on environment and

## *Fast Fashion VS. Slow Fashion*

development. (Consultado a 16 de Agosto de 2017) Disponível em: <[http://mom.gov.af/Content/files/Bruntland\\_Report.pdf](http://mom.gov.af/Content/files/Bruntland_Report.pdf)>

• CACHON, G, SWINNEY, R. (2010). **The Value of Fast Fashion: Quick Response, Enhanced Design, and Strategic Consumer Behavior**. Philadelphia, Stanford. (Consultado a 15 de Maio de 2018) Disponível em: <[http://opim.wharton.upenn.edu/~cachon/pdf/FastFashion\\_R2\\_v3.pdf](http://opim.wharton.upenn.edu/~cachon/pdf/FastFashion_R2_v3.pdf)>

• CARVALHO, D. (2010). **O folclore**. Meloteca. (Consultado a 29 de Agosto de 2017) Disponível em: <<https://www.meloteca.com/pdfartigos/delmar-domingos-de-carvalho-o-folclore.pdf>>

• CHAVES, L. (1945). **Considerações sobre o traje popular**. Lisboa. Brotéria - Revista contemporânea de Cultura. Fasc. 3. (Consultado a 16 de Agosto de 2017)

• CIETTA, E. (2010). **A revolução do fast fashion. Estratégias e modelos organizativos para competir nas indústrias híbridas**. São Paulo: Estação das Letras e Cores. (Consultado a 23 de Julho de 2017) Disponível em: <[https://www.researchgate.net/publication/313619476\\_A\\_revolucao\\_do\\_fast-fashion\\_-\\_estrategias\\_e\\_modelos\\_organizativos\\_para\\_competir\\_nas\\_industrias\\_hibridas](https://www.researchgate.net/publication/313619476_A_revolucao_do_fast-fashion_-_estrategias_e_modelos_organizativos_para_competir_nas_industrias_hibridas)>

• CLARK, H. (2008). **SLOW + FASHION: An oxymoron or a promise for the future?** USA. Fashion Theory, 12(4). (Consultado a 11 de Maio de 2018)

• CLINE, E. (2012). **Overdressed: The shockingly high cost of cheap fashion**. New York, NY: The Penguin Group. (Consultado a 20 de Setembro de 2017)

• COMISSÃO EUROPEIA. (2018). **Economia circular: Novas regras colocarão a UE na vanguarda mundial a nível de gestão e reciclagem de resíduos**. Bruxelas. (Consultado a 9 de Outubro de 2018)

• DELGADO, D. (2008). **Fast fashion: estratégia para conquista do mercado globalizado**. Santa Catarina. Revista ModaPalavra e-Periódico, do Centro de Artes da Universidade do Estado de Santa Catarina, ano 1, n.2. (Consultado a 18 de Maio de 2017) Disponível em: <<http://www.revistas.udesc.br/index.php/modapalavra/article/view/7598/5101>>

- DORMER, P. (1997). ***The culture of craft***. Manchester and New York. Manchester University Press. (Consultado a 23 de Fevereiro de 2018)
- DREHER, A, GASTON, N, MARTENS, P. (2008) ***Measuring Globalisation: Gauging its consequence***. Springer Science + Business Media, LLC: ISBN 978-0-387-74069-0 (Consultado a 20 de Outubro de 2017) Disponível em: <[https://www.researchgate.net/publication/227372304\\_Measuring\\_Globalisation\\_Gauging\\_its\\_Consequences\\_By\\_AXEL\\_DREHER\\_NOEL\\_GASTON\\_and\\_PIM\\_MARTENS](https://www.researchgate.net/publication/227372304_Measuring_Globalisation_Gauging_its_Consequences_By_AXEL_DREHER_NOEL_GASTON_and_PIM_MARTENS)>
- DUARTE, C. (2007). ***Trajes regionais. Gosto popular, cores e formas***. Lisboa. Edição: CTT correios. (Consultado a 21 de Agosto de 2017)
- EDELKOORT, L. (2015). ***Anti\_Fashion Manifesto***. A manifesto for the next decade by Lidewij Edelkoort. Paris. (Consultado a 3 de Agosto de 2018) Disponível em: <[http://www.edelkoort.com/2015/09/anti\\_fashion-manifesto/](http://www.edelkoort.com/2015/09/anti_fashion-manifesto/)>
- ELKINGTON, J. (1994). ***Towards the sustainable corporation: Win-win-win business strategies for sustainable development***. California. Management Review. v.36. n.2. (Consultado a 21 de Agosto de 2017) Disponível em: <<http://journals.sagepub.com/doi/10.2307/41165746>>
- ETHICAL FASHION INITIATIVE. (2009). ***ITC Ethical Fashion Initiative***. Switzerland. (Consultado a 27 de Setembro de 2018) Disponível em: <<http://ethicalfashioninitiative.org/our-partners/>>
- FERREIRA, R. (2013) ***Arte: Ontem e Hoje***. Porto. Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto. Curso de Assessoria e Tradução. 2100775 - R31N. (Consultado a 11 de Janeiro de 2018) Disponível em: <[https://www.iscap.pt/cei/E-REI%20Site/1Artigos/Trabalhos%20EI/Rute%20Ferreira\\_Arte%20ontem%20e%20hoje.pdf](https://www.iscap.pt/cei/E-REI%20Site/1Artigos/Trabalhos%20EI/Rute%20Ferreira_Arte%20ontem%20e%20hoje.pdf)>
- FINURAS, P. (2016). ***Globalização, Diferenças Culturais e Gestão Intercontinental de Recursos Humanos***. Lisboa. Edições Sílabo: ISBN: 978-972-618-863-6 (Consultado a 23 de Maio de 2017)
- FLETCHER, K. (2010). ***Slow fashion: An invitation for systems change***. London. Fashion Practice.

## ***Fast Fashion VS. Slow Fashion***

Volume 2, Issue 2 (Consultado a 20 de Julho de 2017) Disponível em: <[https://www.researchgate.net/profile/Kate\\_Fletcher3/publication/233596614\\_Slow\\_Fashion\\_An\\_Invitation\\_for\\_Systems\\_Change/links/570536f008aef745f71736b7/Slow-Fashion-An-Invitation-for-Systems-Change.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Kate_Fletcher3/publication/233596614_Slow_Fashion_An_Invitation_for_Systems_Change/links/570536f008aef745f71736b7/Slow-Fashion-An-Invitation-for-Systems-Change.pdf)>

- FRINGS, G. (2012). **Moda: do conceito ao consumidor**. São Paulo, Brazil. Porto Alegre: Bookman. ISBN: 9788540701779 (Consultado a 13 de Junho de 2017) Disponível em: <<https://www.amazon.com.br/Moda-Do-Conceito-ao-Consumidor-ebook/dp/B01I5EDFNG>>
- FRINGS, S. (2005). **Fashion: from concept to consumer - 8th edition**. New Jersey: Pearson. ISBN-13: 978-0131173385 (Consultado a 7 de Julho de 2017)
- GAM, H. (2011). **Are fashion-conscious consumers more likely to adopt eco-friendly clothing?** USA. Journal of Fashion Marketing and Management. (Consultado a 24 de Outubro de 2017) Disponível em: <[https://www.researchgate.net/publication/235250521\\_Are\\_fashion-conscious\\_consumers\\_more\\_likely\\_to\\_adopt\\_eco-friendly\\_clothing](https://www.researchgate.net/publication/235250521_Are_fashion-conscious_consumers_more_likely_to_adopt_eco-friendly_clothing)>
- GAMBIER. **Testimonianze sulla lavorazione del merletto nelle Repubblica di Venezia. Comune di Venezia**. La scuola dei merletti di Burano, edited by Lucia Bellodi Casanova (1981) (Consultado a 16 de Agosto de 2017)
- GESTAL, I. (sem data). **Fashion and Globalization**. (Consultado a 10 de Junho de 2017) Disponível em: <[http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:-TEohoJ\\_9zYJ:projekter.aau.dk/projekter/files/77311420/fashion\\_and\\_globalization.doc+&cd=8&hl=pt-PT&ct=clnk&gl=pt&client=safari](http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:-TEohoJ_9zYJ:projekter.aau.dk/projekter/files/77311420/fashion_and_globalization.doc+&cd=8&hl=pt-PT&ct=clnk&gl=pt&client=safari)>
- GOODLAND, R. (1995). **The concept of environmental sustainability**. Washington. Annual Review of Ecology and Systematics. 26. (Consultado a 22 de Agosto de 2017) Disponível em: <[https://proyectaryproducir.com.ar/public\\_html/Seminarios\\_Posgrado/Material\\_de\\_referencia/Concept%20of%20Environmental%20Sustainability%20097196.pdf](https://proyectaryproducir.com.ar/public_html/Seminarios_Posgrado/Material_de_referencia/Concept%20of%20Environmental%20Sustainability%20097196.pdf)>
- GREENHALGH, P. (2002). **The persistence of craft**. London. A&C Black Visual Arts. (Consultado a 2 de Março de 2018)
- HACKETT, L. (1992). **Industrial Revolution**. Industrialization: The first Phase. A project by History World

Intercontinental (Consultado a 15 de Junho de 2017) Disponível em: <<http://history-world.org/Industrial%20Intro.htm>>

• HANAOR, C, WOODCOCK, V. (2006). ***Making stuff: An alternative craft book***. London. Black Dog Publishing. (Consultado a 18 de Novembro de 2017)

• HUTCHINS, M, SUTHERLAND, J. (2008). ***An exploration of measures of social sustainability and their application to supply chain decisions***. Journal of Cleaner Production, 16(15), (Consultado a 28 de Outubro de 2017) Disponível em: <<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0959652608001455>>

• JOHANSSON, E. (2010). ***Slow fashion: The answer for a sustainable fashion industry?*** Sweden. Master's thesis, University of Borås/Swedish School of Textiles. (Consultado a 6 de Outubro de 2017) Disponível em: <<http://bada.hb.se/bitstream/2320/6776/1/2010.9.15.pdf>>

• JOHNSTON, L. (2015). ***Digital handmade: Craftsmanship and the New Industrial Revolution***. Thames & Hudson. ISBN-10: 0500517851 (Consultado a 25 de Maio de 2017)

• JOY, A, SHERRY, J, VENKATESH, A, WANG, J, CHAN, R. (2012). ***Fast Fashion, Sustainability, and the Ethical Appeal of Luxury Brands***. Canada, USA, Hong Kong. Fashion theory, volume 16, Issue 3. (Consultado a 5 de Agosto de 2018) Disponível em: <<https://www3.nd.edu/~jsherry/pdf/2012/FastFashionSustainability.pdf>>

• KAISER, S. (1999). ***Identity, Postmodernity, and the Global Apparel Marketplace***. In Meanings of Dress. New York: Fairchild. Edited by M. L. Damhorst, K. Miller, and S. Michelman. (Consultado a 1 de Agosto de 2017)

• KAWAMURA, Y. (2005). ***Fashion-ology***. an introduction to Fashion Studies. USA. Bloomsbury Academic. Berg Publishers: ISBN: 9781859738146 (Consultado a 7 de Fevereiro de 2018).

• KOF Index of Globalization. (2010). ***KOF Index of Globalization***. Zurich. (Consultado a 20 de Agosto de 2017) Disponível em: <<http://globalization.kof.ethz.ch/contact/>>

## *Fast Fashion VS. Slow Fashion*

- LACY, P, RUTQVIST, J. (2015) ***Waste to wealth: the circular economy advantage***. Palgrave macmillan. ISBN: 1137530685. (Consultado a 1 de Outubro de 2017)
- LIMA, R. (sem data). ***Artesanato e arte popular: duas faces de uma mesma moeda?*** Rio de Janeiro, Brazil. (Consultado a 14 de Abril de 2017) Disponível em: <[http://www.cnfcp.gov.br/pdf/Artesanato/Artesanato\\_e\\_Arte\\_Pop/CNFCP\\_Artesanato\\_Arte\\_Popular\\_Gomes\\_Lima.pdf](http://www.cnfcp.gov.br/pdf/Artesanato/Artesanato_e_Arte_Pop/CNFCP_Artesanato_Arte_Popular_Gomes_Lima.pdf)>
- LIPOVETSKY, G. (1994). ***The Empire of Fashion: Dressing Modern Democracy***. Princeton, University Press. (Consultado a 12 de Junho de 2017)
- LIVIA. (2015). ***A fashion history. An introduction to the history of embroidery***. Fashion History (Consultado a 12 de Agosto de 2017) Disponível em: <<http://www.afashionhistory.com/fashion-history/an-introduction-to-the-history-of-embroidery/>>
- LOWSON, R. (2001). ***Analysing the effectiveness of European retail sourcing strategies***. European Management Journal, Vol. 19. (Consultado a 11 de Maio de 2018) Disponível em: <<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0263237301000688>>
- MACARTHUR, E. (2017). ***Ellen MacArthur Foundation***. Reino Unido. (Consultado a 3 de Outubro de 2018) Disponível em: <<https://www.ellenmacarthurfoundation.org/pt/fundacao-ellen-macarthur/a-fundacao>>
- MAGALHÃES, M, M, Calvet. (1956) ***Bordados e rendas de Portugal***. Lisboa. Coleção educativa. Série nº 10. (Consultado a 21 de Agosto de 2017)
- MCCARTNEY, S. (2012). ***Behind the label: is Stella McCartney a sustainable brand?*** by stellamccartneyethicalfashion. (Consultado a 20 de Setembro de 2017) Disponível em: <<https://stellamccartneyethicalfashion.wordpress.com/2012/11/16/behind-the-label-is-stella-mccartney-a-sustainable-brand/>>
- MERAIGLIA, L. (2014). ***From fast fashion to fashion vintage***. Italy. Università Cattolica del Sacro Coure. (Consultado a 11 de Julho de 2017) Disponível em: <[http://gfc-conference.eu/files\\_download/GFC2014/MERAIGLIA\\_From\\_fast\\_fashion\\_to\\_fashion\\_vintage.pdf](http://gfc-conference.eu/files_download/GFC2014/MERAIGLIA_From_fast_fashion_to_fashion_vintage.pdf)>

- MORGAN, A. (2015). ***The true cost***. USA. (Consultado a 17 de Setembro de 2018) Disponível em: <<https://truecostmovie.com/watch-now/>>
- OBNISKI, M. (2008). ***The Arts and Crafts Movement in America***. USA. Metropolitan Museum of Art. (Consultado a 10 de Agosto de 2018) Disponível em: <[https://www.metmuseum.org/toah/hd/acam/hd\\_acam.htm](https://www.metmuseum.org/toah/hd/acam/hd_acam.htm)>
- PENDERGAST, S, PENDERGAST, T. (2004). ***Fashion, Costume, and culture. Clothing, headwear, body decorations, and footwear through the ages***. Farmington Hills. Thomson Gale. UXL. (Consultado a 27 de Maio de 2017)
- PIRES, A. (2006). ***Caderno de especificações do Bordado de Viana do Castelo***. Viana do Castelo. Câmara Municipal de Viana do Castelo. 2012-2º edição, atualizada. ISBN: 978-972-588-231-3 (Consultado a 5 de Maio de 2017) Disponível em: <[http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:cLY1iUVOB2wJ:www.cm-viana-castelo.pt/index.php%3Fopcion%3Dcom\\_docman%26task%3Ddoc\\_download%26gid%3D915%26Itemid%3D643+%&cd=1&hl=pt-PT&ct=clnk&gl=pt&client=safari](http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:cLY1iUVOB2wJ:www.cm-viana-castelo.pt/index.php%3Fopcion%3Dcom_docman%26task%3Ddoc_download%26gid%3D915%26Itemid%3D643+%&cd=1&hl=pt-PT&ct=clnk&gl=pt&client=safari)>
- RAJAGOPAL. (2010). ***Consumer Culture and Purchase Intentions towards Fashion Apparel***. Mexico. EGADE Business School. (Consultado a 16 de Outubro de 2017) Disponível em: <<http://alejandria.ccm.itesm.mx/egap/documentos/2010-01- MKT.pdf>>
- REILLY, A. (2014). ***Key concepts for the fashion industry***. London. New Dehli. New York. Sydney: Bloomsbury. (Consultado a 7 de Junho de 2017) Disponível em: <<http://www.ameneguete.com.br/wp-content/uploads/2017/06/Key-Concepts-for-the-Fashion-In-Andrew-Reilly-1.pdf>>
- RIBEIRO, J. (2017). ***O conceito da industria 4.0 na confeção: análise e implementação***. Minho, Portugal. Universidade do Minho. Escola de engenharia. (Consultado a 1 de Outubro de 2018) Disponível em: <<http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/49413/1/Joaquim%20Meireles%20Ribeiro.pdf>>

## *Fast Fashion VS. Slow Fashion*

- RIFKIN, J. (2015). ***The zero marginal cost society. The internet of things, the collaborative common, and the eclipse of capitalism.*** Palgrave Macmillan. (Consultado a 3 de Maio de 2017) Disponível em: <[https://www.researchgate.net/publication/287967463\\_The\\_Zero\\_Marginal\\_Cost\\_Society\\_The\\_Internet\\_of\\_Things\\_the\\_Collaborative\\_Commons\\_and\\_the\\_Eclipse\\_of\\_Capitalism](https://www.researchgate.net/publication/287967463_The_Zero_Marginal_Cost_Society_The_Internet_of_Things_the_Collaborative_Commons_and_the_Eclipse_of_Capitalism)>
- ROGAR, S. (2012). ***Zara city: por dentro da gigante do fast fashion.*** (Consultado a 12 de Agosto de 2017) Disponível em: <<http://vogue.globo.com/moda/news/por-dentro-da-zara>. Acesso em: 05/06/2012>
- SALDANHA, N. (sem data). ***Arte popular, arte erudita e multiculturalidade.*** Influências, confluências e transculturalidade na arte portuguesa. Portugal. (Consultado a 6 de Janeiro de 2018) Disponível em: <[http://www.om.acm.gov.pt/documents/58428/182327/3\\_PI\\_Cap3.pdf/b5319b02-5e6e-49a7-8a4f-651509d8b33b](http://www.om.acm.gov.pt/documents/58428/182327/3_PI_Cap3.pdf/b5319b02-5e6e-49a7-8a4f-651509d8b33b)>
- SCHUH, G, POTENTE, T, WESCH-POTENTE, C, WEBER, A, PROTE, J. (2014). ***Collaboration Mechanisms to Increase Productivity in the Context of Industrie 4.0.*** Germany. Procedia CIRP, Vol.19. (Consultado a 28 de Setembro de 2018) Disponível em: <<https://core.ac.uk/download/pdf/82439073.pdf>>
- SENNET, R. (2008). ***The craftsman.*** USA. Yale University Press. (Consultado a 8 de Março de 2018)
- SOJIN, J. (2014). ***Slow Fashion: Understanding Potential Consumers and Creating Customer Value for Increasing Purchase Intention and Willingness to Pay a Price Premium.*** Directed by Dr. ByoungHo Jin. (Consultado a 3 de Junho de 2017) Disponível em: <[https://libres.uncg.edu/ir/uncg/f/Jung\\_uncg\\_0154D\\_11493.pdf](https://libres.uncg.edu/ir/uncg/f/Jung_uncg_0154D_11493.pdf)>
- SOUSA, A. (1994). ***Bordados e rendas nos bragais entre Douro e Minho.*** Lisboa. Programa das artes e ofícios tradicionais, Grupo BFE. (Consultado a 13 de Dezembro de 2017)
- TERRA LIVRE. (1983). ***Artes e tradições de Viana do Castelo.*** Lisboa. Direcção-Geral da divulgação. Coleção Arte e Artistas. (Consultado a 21 de Agosto de 2017)
- VEBLEN, T. (1899). ***The theory of the leisure class.*** USA. ISO-8859-1 (Consultado a 18 de Agosto de 2017) Disponível em: <[http://www.gutenberg.org/catalog/world/readfile?fk\\_files=3274120](http://www.gutenberg.org/catalog/world/readfile?fk_files=3274120)>

- VIEIRA, J. (2012). ***A minhota trajada à Vianesa. A construção histórica de um ícone da cultura popular.*** (Consultado a 4 de Junho de 2017) Disponível em: <<https://tendimag.files.wordpress.com/2012/06/a-minhota-trajada-c3a0-vianesa-a-construc3a7c3a3o-de-um-c3adcone-da-cultura-popular.pdf>>
- WOOD, J. (1995). ***Breaking the Silence: The Poor Clares and the Visual Arts in Fifteenth-Century Italy, in Renaissance Quarterly.*** Chicago. The university of Chicago Press. Vol. 48. (Consultado a 16 de Agosto de 2017)

# **BIBLIOGRAFIA**

## LIVROS

- ADAMSON, G. (2007). *Thinking through craft*. New York. Berg Publishers. ISBN: 9781845206475. (Consultado a 18 de Fevereiro de 2018)
- BASTO, C. (1930). *Traje à Vianesa*. Gaia. Edições Apolino. (Consultado a 12 de Dezembro de 2017)
- BOUCHER, F. (2010). *História do vestuário no ocidente*. Brasil. Cosac Naify. (Consultado a 23 de Junho de 2018)
- CLINE, E. (2012). *Overdressed: The shockingly high cost of cheap fashion*. New York, NY: The Penguin Group. (Consultado a 20 de Setembro de 2017)
- CRAIK, J. *The face of fashion: Cultural Studies in Fashion*. USA and Canada. Routledge. ISBN: 978-0415052629 (Consultado a 21 de Setembro de 2017)
- DORMER, P. (1997). *The culture of craft*. Manchester and New York. Manchester University Press. (Consultado a 23 de Fevereiro de 2018)
- DUARTE, C. (2007). *Trajes regionais. Gosto popular, cores e formas*. Lisboa. Edição: CTT correios. (Consultado a 21 de Agosto de 2017)
- FINURAS, P. (2016). *Globalização, Diferenças Culturais e Gestão Intercontinental de Recursos Humanos*. Lisboa. Edições Sílabo. ISBN: 978-972-618-863-6 (Consultado a 23 de Maio de 2017)
- FRINGS, G. (2012). *Moda: do conceito ao consumidor*. São Paulo, Brazil. Porto Alegre: Bookman. ISBN: 9788540701779 (Consultado a 13 de Junho de 2017) Disponível em: <<https://www.amazon.com.br/Moda-Do-Conceito-ao-Consumidor-ebook/dp/B0115EDFNG>>
- FRINGS, S. (2005). *Fashion: from concept to consumer - 8th edition*. New Jersey: Pearson. ISBN-13: 978-0131173385 (Consultado a 7 de Julho de 2017)

## *Fast Fashion VS. Slow Fashion*

- GAMBIER. *Testimonianze sulla lavorazione del merletto nelle Repubblica di Venezia. Comune di Venezia.* La scoula dei merletti di Burano, edited by Lucia Bellodi Casanova (1981) (Consultado a 16 de Agosto de 2017)
- GREENHALGH, P. (2002). *The persistence of craft.* London. A&C Black Visual Arts. (Consultado a 2 de Março de 2018)
- HANAOR, C, WOODCOCK, V. (2006). *Making stuff: An alternative craft book.* London. Black Dog Publishing. (Consultado a 18 de Novembro de 2017)
- JOHNSTON, L. (2015). *Digital handmade: Craftsmanship and the New Industrial Revolution.* Thames & Hudson. ISBN-10: 0500517851 (Consultado a 25 de Maio de 2017)
- KAISER, S. (1999) *Identity, Postmodernity, and the Global Apparel Marketplace.* In Meanings of Dress. New York: Fairchild. Edited by M. L. Damhorst, K. Miller, and S. Michelman. (Consultado a 1 de Agosto de 2017)
- KAWAMURA, Y. (2005). *Fashion-ology.* an introduction to Fashion Studies. USA. Bloomsbury Academic. Berg Publishers: ISBN: 9781859738146 (Consultado a 7 de Fevereiro de 2018).
- LACY, P, RUTQVIST, J. (2015) *Waste to wealth: the circular economy advantage.* Palgrave macmillan. ISBN: 1137530685. (Consultado a 1 de Outubro de 2017)
- LIPOVETSKY, G. (1994). *The Empire of Fashion: Dressing Modern Democracy.* Princeton, University Press. (Consultado a 12 de Junho de 2017)
- MAGALHÃES, M, M, Calvet. (1956) *Bordados e rendas de Portugal.* Lisboa. Coleção educativa. Série nº 10. (Consultado a 21 de Agosto de 2017)
- PENDERGAST, S, PENDERGAST, T. (2004). *Fashion, Costume, and culture. Clothing, headwear, body decorations, and footwear through the ages.* Farmington Hills. Thomson Gale. UXL. (Consultado a 27 de Maio de 2017)
- REILLY, A. (2014). *Key concepts for the fashion industry.* London. New Dehli. New York. Sydney: Bloomsbury.

(Consultado a 7 de Junho de 2017) Disponível em: <<http://www.ameneguete.com.br/wp-content/uploads/2017/06/Key-Concepts-for-the-Fashion-In-Andrew-Reilly-1.pdf>>

- ROBERT, Z, L. (1996). **Regionalism, Multilateralism and Deeper Integration**. Washington, DC. Brookings. ISBN: 9780815722991 (Consultado a 3 de Novembro de 2017)
- SENNET, R. (2008). **The craftsman**. USA. Yale University Press. (Consultado a 8 de Março de 2018)
- SOUSA, A. (1994). **Bordados e rendas nos bragais entre Douro e Minho**. Lisboa. Programa das artes e ofícios tradicionais, Grupo BFE. (Consultado a 13 de Dezembro de 2017)
- TERRA LIVRE. (1983). **Artes e tradições de Viana do Castelo**. Lisboa. Direcção-Geral da divulgação. Coleção Arte e Artistas. (Consultado a 21 de Agosto de 2017)
- WILLIAM, R. (1982) **Dream World: Mass Consumption in Late Nineteenth-century France**. Berkeley. University of California Press. (Consultado a 7 de Fevereiro de 2018)

## INVESTIGAÇÕES ACADÉMICAS

- BENATTI, M. (2016). **The effects of globalization in the fashion industry**. Universidade de Lisboa: Faculdade de Arquitectura. . (Consultado a 23 de Maio de 2017) Disponível em: <<http://www.repository.utl.pt/bitstream/10400.5/13444/1/DISSERTATION%20MAISA%20-%20Documento%20definitivo%20.pdf>>
- JOHANSSON, E. (2010). **Slow fashion: The answer for a sustainable fashion industry?** Sweden. Master's thesis, University of Borås/Swedish School of Textiles. (Consultado a 6 de Outubro de 2017) Disponível em: <<http://bada.hb.se/bitstream/2320/6776/1/2010.9.15.pdf>>
- MERAIGLIA, L. (2014). **From fast fashion to fashion vintage**. Italy. Università Cattolica del Sacro Coure. (Consultado a 11 de Julho de 2017) Disponível em: <[http://gfc-conference.eu/files\\_download/GFC2014/MERAVIGLIA\\_From\\_fast\\_fashion\\_to\\_fashion\\_vintage.pdf](http://gfc-conference.eu/files_download/GFC2014/MERAVIGLIA_From_fast_fashion_to_fashion_vintage.pdf)>

## *Fast Fashion VS. Slow Fashion*

- RIBEIRO, J. (2017). **O conceito da indústria 4.0 na confeção: análise e implementação**. Minho, Portugal. Universidade do Minho. Escola de engenharia. (Consultado a 1 de Outubro de 2018) Disponível em: <<http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/49413/1/Joaquim%20Meireles%20Ribeiro.pdf>>
- SOJIN, J. (2014). **Slow Fashion: Understanding Potential Consumers and Creating Customer Value for Increasing Purchase Intention and Willingness to Pay a Price Premium**. Directed by Dr. ByoungHo Jin. (Consultado a 3 de Junho de 2017) Disponível em: <[https://libres.uncg.edu/ir/uncg/f/Jung\\_uncg\\_0154D\\_11493.pdf](https://libres.uncg.edu/ir/uncg/f/Jung_uncg_0154D_11493.pdf)>

## **REVISTAS E JORNAIS**

- BEATTY, S, FERRELL, E. (1998). **Elizabeth. Impulse buying: Modeling its precursors**. Journal of Retailing, 74 (2). (Consultado a 13 de Junho de 2017)
- BRENNINKMEYER, I. (1963). **The sociology of fashion**. Sirey. Koln-Opladen: Westdeutscher Verlag. (Consultado a 7 de Fevereiro de 2018).
- CHAVES, L. (1945). **Considerações sobre o traje popular**. Lisboa. Brotéria - Revista contemporânea de Cultura. Fasc. 3. (Consultado a 16 de Agosto de 2017)
- WOOD, J. (1995). **Breaking the Silence: The Poor Clares and the Visual Arts in Fifteenth-Century Italy, in Renaissance Quarterly**. Chicago. The university of Chicago Press. Vol. 48. (Consultado a 16 de Agosto de 2017)

## **DOCUMENTÁRIOS**

- MORGAN, A. (2015). **The true cost**. USA. (Consultado a 17 de Setembro de 2018) Disponível em: <<https://truecostmovie.com/watch-now/>>
- MCLLRIDE, D, WILLIAMS, R. (2016) **River Blue**. Canadá (Consultado a 18 de Setembro de 2018) Disponível em: <<http://riverbluethemovie.eco/>>

## WEGRAFIA

- ABNETT, K. (2016) ***Fashion 's Fourth Industrial Revolution*** (Consultado a 22 de Maio de 2017) Disponível em: <<https://www.businessoffashion.com/community/voices/discussions/what-does-the-fourth-industrial-revolution-mean-for-fashion/fashions-fourth-industrial-revolution-2>>
- ADAMCZYK, A. (2014). ***Why Brands and Retailers Are Running With the 'Slow Fashion' Movement.*** Forbes. (Consultado a 5 de Outubro de 2018) Disponível em: <<https://www.forbes.com/sites/aliciaadamczyk/2014/11/20/why-brands-and-retailers-are-running-with-the-slow-fashion-movement/#508447edc642>>
- ALEXANDER, G. (1876). ***Alexander Graham Bell.*** (Consultado a 15 de Agosto de 2017) Disponível em: <<http://www.history.com/topics/inventions/alexander-graham-bell>>
- ALLERSTON, P. (2006). ***An Undisciplined Activity? Lace Production in Early Modern Venice.*** Helsinki . XIV Internacional economic history congress (Consultado a 16 de Agosto de 2017) Disponível em: <<http://www.helsinki.fi/iehc2006/papers2/Allerston.pdf>>
- BARREIRO, M. (2014). ***Moda y globalización: De la "estetica de clase" al "Estilo subcultural".*** Universidad de a coruña. Revista Internacional de Sociología, 39. (Consultado a 5 de Maio de 2017) Disponível em: <<https://www.ces.uc.pt/lab2004/pdfs/AnaBarreiro.pdf>>
- BHARDWAJ, V, FAIRHURST, A. (2009). ***Fast fashion: response to changes in the fashion industry*** USA. Retail and consumer sciences, The University of Tennessee, Knoxville. (Consultado a 12 de Junho de 2017) Disponível em: <[https://www.researchgate.net/publication/232964904\\_Fast\\_fashion\\_Response\\_to\\_changes\\_in\\_the\\_fashion\\_industry](https://www.researchgate.net/publication/232964904_Fast_fashion_Response_to_changes_in_the_fashion_industry)>
- BLINKLEY, S, LITTLER, J. (2008). ***Cultural studies and anti-consumerism. A critical encounter.*** London and New York. Routledge, Taylor&Francis Group. (Consultado a 5 de Junho de 2017) Disponível em: <<http://www.gbv.de/dms/zbw/662824970.pdf>>
- BRISMAR, A. (2014). ***Green Strategy.*** Sweden. (Consultado a 13 de Junho de 2017) Disponível em: <<http://>>

## *Fast Fashion VS. Slow Fashion*

[www.greenstrategy.se/about-us/anna-brismar/](http://www.greenstrategy.se/about-us/anna-brismar/)>

- BRUNDLAND COMMISSION. (1987). **Brunland report**. Publication by world commission on environment and development. (Consultado a 16 de Agosto de 2017) Disponível em: <[http://mom.gov.af/Content/files/Bruntland\\_Report.pdf](http://mom.gov.af/Content/files/Bruntland_Report.pdf)>
- CACHON, G, SWINNEY, R. (2010). **The Value of Fast Fashion: Quick Response, Enhanced Design, and Strategic Consumer Behavior**. Philadelphia, Stanford. (Consultado a 15 de Maio de 2018) Disponível em: <[http://opim.wharton.upenn.edu/~cachon/pdf/FastFashion\\_R2\\_v3.pdf](http://opim.wharton.upenn.edu/~cachon/pdf/FastFashion_R2_v3.pdf)>
- CARVALHO, D. (2010). **O folclore**. Meloteca. (Consultado a 29 de Agosto de 2017) Disponível em: <<https://www.meloteca.com/pdfartigos/delmar-domingos-de-carvalho-o-folclore.pdf>>
- CHRISTOPHER, M, LOWSON, R, PECK, H. (2004) **Creating agile supply chains in the fashion industry**. Cranfield. UK. International Journal of Retail and Distribution Management, Vol. 32. (Consultado a 17 de Junho de 2017) Disponível em: <<https://dspace.lib.cranfield.ac.uk/bitstream/1826/2651/1/Creating%20agile%20supply%20chains-fashion%20industry-2004.pdf>>
- CIETTA, E. (2010). **A revolução do fast fashion. Estratégias e modelos organizativos para competir nas indústrias híbridas**. São Paulo: Estação das Letras e Cores. (Consultado a 23 de Julho de 2017) Disponível em: <[https://www.researchgate.net/publication/313619476\\_A\\_revolucao\\_do\\_fast-fashion\\_-\\_estrategias\\_e\\_modelos\\_organizativos\\_para\\_competir\\_nas\\_industrias\\_hibridas](https://www.researchgate.net/publication/313619476_A_revolucao_do_fast-fashion_-_estrategias_e_modelos_organizativos_para_competir_nas_industrias_hibridas)>
- CLARK, H. (2008). **SLOW + FASHION: An oxymoron or a promise for the future?** USA. Fashion Theory, 12(4). (Consultado a 11 de Maio de 2018)
- COMISSÃO EUROPEIA. (2018). **Economia circular: Novas regras colocarão a UE na vanguarda mundial a nível de gestão e reciclagem de resíduos**. Bruxelas. (Consultado a 9 de Outubro de 2018)
- DELGADO, D. (2008). **Fast fashion: estratégia para conquista do mercado globalizado**. Santa Catarina. Revista ModaPalavra e-Periódico, do Centro de Artes da Universidade do Estado de Santa Catarina, ano 1, n.2.

(Consultado a 18 de Maio de 2017) Disponível em: <<http://www.revistas.udesc.br/index.php/modapalavra/article/view/7598/5101>>

DREHER, A, GASTON, N, MARTENS, P. (2008) **Measuring Globalisation: Gauging its consequence**. Springer Science + Business Media, LLC: ISBN 978-0-387-74069-0 (Consultado a 20 de Outubro de 2017) Disponível em: <[https://www.researchgate.net/publication/227372304\\_Measuring\\_Globalisation\\_Gauging\\_its\\_Consequences\\_By\\_AXEL\\_DREHER\\_NOEL\\_GASTON\\_and\\_PIM\\_MARTENS](https://www.researchgate.net/publication/227372304_Measuring_Globalisation_Gauging_its_Consequences_By_AXEL_DREHER_NOEL_GASTON_and_PIM_MARTENS)>

• EDELKOORT, L. (2015). **Anti\_Fashion Manifesto**. A manifesto for the next decade by Lidewij Edelkoort. Paris. (Consultado a 3 de Agosto de 2018) Disponível em: <[http://www.edelkoort.com/2015/09/anti\\_fashion-manifesto/](http://www.edelkoort.com/2015/09/anti_fashion-manifesto/)>

• ELKINGTON, J. (1994). **Towards the sustainable corporation: Win-win-win business strategies for sustainable development**. California. Management Review. v.36. n.2. (Consultado a 21 de Agosto de 2017) Disponível em: <<http://journals.sagepub.com/doi/10.2307/41165746>>

• ETHICAL FASHION INITIATIVE. (2009). **ITC Ethical Fashion Initiative**. Switzerland. (Consultado a 27 de Setembro de 2018) Disponível em: <<http://ethicalfashioninitiative.org/our-partners/>>

• FLETCHER, K. (2010). **Slow fashion: An invitation for systems change**. London. Fashion Practice. Volume 2, Issue 2 (Consultado a 20 de Julho de 2017) Disponível em: <[https://www.researchgate.net/profile/Kate\\_Fletcher3/publication/233596614\\_Slow\\_Fashion\\_An\\_Invitation\\_for\\_Systems\\_Change/links/570536f008aef745f71736b7/Slow-Fashion-An-Invitation-for-Systems-Change.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Kate_Fletcher3/publication/233596614_Slow_Fashion_An_Invitation_for_Systems_Change/links/570536f008aef745f71736b7/Slow-Fashion-An-Invitation-for-Systems-Change.pdf)>

• GAM, H. (2011). **Are fashion-conscious consumers more likely to adopt eco-friendly clothing?** USA. Journal of Fashion Marketing and Management. (Consultado a 24 de Outubro de 2017) Disponível em: <[https://www.researchgate.net/publication/235250521\\_Are\\_fashion-conscious\\_consumers\\_more\\_likely\\_to\\_adopt\\_eco-friendly\\_clothing](https://www.researchgate.net/publication/235250521_Are_fashion-conscious_consumers_more_likely_to_adopt_eco-friendly_clothing)>

• GESTAL, I. (sem data). **Fashion and Globalization**. (Consultado a 10 de Junho de 2017) Disponível

## ***Fast Fashion VS. Slow Fashion***

em: <[http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:-TEohoJ\\_9zYJ:projekter.aau.dk/projekter/files/77311420/fashion\\_and\\_globalization.doc+&cd=8&hl=pt-PT&ct=clnk&gl=pt&client=safari](http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:-TEohoJ_9zYJ:projekter.aau.dk/projekter/files/77311420/fashion_and_globalization.doc+&cd=8&hl=pt-PT&ct=clnk&gl=pt&client=safari)>

- GOODLAND, R. (1995). ***The concept of environmental sustainability***. Washington. Annual Review of Ecology and Systematics. 26. (Consultado a 22 de Agosto de 2017) Disponível em: <[https://proyectaryproducir.com.ar/public\\_html/Seminarios\\_Posgrado/Material\\_de\\_referencia/Concept%20of%20Environmental%20Sustainability%20097196.pdf](https://proyectaryproducir.com.ar/public_html/Seminarios_Posgrado/Material_de_referencia/Concept%20of%20Environmental%20Sustainability%20097196.pdf)>
- HACKETT, L. (1992). ***Industrial Revolution***. Industrialization: The first Phase. A project by History World Intercontinental (Consultado a 15 de Junho de 2017) Disponível em: <<http://history-world.org/Industrial%20Intro.htm>>
- HARRISON, L. (2014). ***25 years of the internet: How it has changed the way we interact***. Socialnomics. (Consultado a 12 de Agosto de 2017) Disponível em: <<https://socialnomics.net/2014/07/28/25-years-of-the-internet-how-it-has-changed-the-way-we-interact/>>
- HUTCHINS, M, SUTHERLAND, J. (2008). ***An exploration of measures of social sustainability and their application to supply chain decisions***. Journal of Cleaner Production, 16(15), (Consultado a 28 de Outubro de 2017) Disponível em: <<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0959652608001455>>
- JOY, A, SHERRY, J, VENKATESH, A, WANG, J, CHAN, R. (2012). ***Fast Fashion, Sustainability, and the Ethical Appeal of Luxury Brands***. Canada, USA, Hong Kong. Fashion theory, volume 16, Issue 3. (Consultado a 5 de Agosto de 2018) Disponível em: <<https://www3.nd.edu/~jsherry/pdf/2012/FastFashionSustainability.pdf>>
- KOF Index of Globalization. (2010). ***KOF Index of Globalization***. Zurich. (Consultado a 20 de Agosto de 2017) Disponível em: <<http://globalization.kof.ethz.ch/contact/>>
- LIMA, R. (sem data). ***Artesanato e arte popular: duas faces de uma mesma moeda?*** Rio de Janeiro, Brazil. (Consultado a 14 de Abril de 2017) Disponível em: <[http://www.cnfcp.gov.br/pdf/Artesanato/Artesanato\\_e\\_Arte\\_Pop/CNFCP\\_Artesanato\\_Arte\\_Popular\\_Gomes\\_Lima.pdf](http://www.cnfcp.gov.br/pdf/Artesanato/Artesanato_e_Arte_Pop/CNFCP_Artesanato_Arte_Popular_Gomes_Lima.pdf)>

- LIVIA. (2015). **A fashion history. An introduction to the history of embroidery.** Fashion History (Consultado a 12 de Agosto de 2017) Disponível em: <<http://www.afashionhistory.com/fashion-history/an-introduction-to-the-history-of-embroidery/>>
- LOWSON, R. (2001). **Analysing the effectiveness of European retail sourcing strategies.** European Management Journal, Vol. 19. (Consultado a 11 de Maio de 2018) Disponível em: <<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0263237301000688>>
- MACARTHUR, E. (2017). **Ellen MacArthur Foundation.** Reino Unido. (Consultado a 3 de Outubro de 2018) Disponível em: <<https://www.ellenmacarthurfoundation.org/pt/fundacao-ellen-macarthur/a-fundacao>>
- MCCARTNEY, S. (2012). **Behind the label: is Stella McCartney a sustainable brand?** by stellamccartneyethicalfashion. (Consultado a 20 de Setembro de 2017) Disponível em: <<https://stellamccartneyethicalfashion.wordpress.com/2012/11/16/behind-the-label-is-stella-mccartney-a-sustainable-brand/>>
- MERRIAM-WEBSTER. (2013). **Merriam-Webster Dictionary. Fashion.** (Consultado a 17 de Agosto de 2017) Disponível em: <<http://www.merriam-webster.com/dictionary/fashion>>
- NUNES, M, SILVEIRA, G. (2016). **Análise das motivações do consumidor de fast-fashion.** Brasil. RAIMED - Revista de administração IMED, ISSN: 2237-7956 (Consultado a 9 de Agosto de 2017) Disponível em: <<https://seer.imed.edu.br/index.php/raimed/article/download/1096/825>>
- OBNISKI, M. (2008). **The Arts and Crafts Movement in America.** USA. Metropolitan Museum of Art. (Consultado a 10 de Agosto de 2018) Disponível em: <[https://www.metmuseum.org/toah/hd/acam/hd\\_acam.htm](https://www.metmuseum.org/toah/hd/acam/hd_acam.htm)>
- ORTIGÃO, R. (1887). **As Farpas.** Crónicas de Jornal. (Consultado a 3 de Setembro de 2017) Disponível em: <<http://agrcanelas.edu.pt/blogs/biblioteca/wp-content/blogs.dir/18/files/2012/11/As-Farpas-.pdf>>
- PIRES, A. (2006). **Caderno de especificações do Bordado de Viana do Castelo.** Viana do Castelo. Câmara Municipal de Viana do Castelo. 2012-2ª edição, atualizada. ISBN: 978-972-588-231-3 (Consultado a 5 de Maio de 2017) Disponível em: <[http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:cLY1iUVOB2wJ:www.cm-viana-castelo.pt/index.php%3Fopcion%3Dcom\\_docman%26task%3Ddoc\\_download%26gid%3D915%3F](http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:cLY1iUVOB2wJ:www.cm-viana-castelo.pt/index.php%3Fopcion%3Dcom_docman%26task%3Ddoc_download%26gid%3D915%3F)>

## *Fast Fashion VS. Slow Fashion*

26ltmid%3D643+&cd=1&hl=pt-PT&ct=clnk&gl=pt&client=safari>

- PORTO ALEGRE. (1985). **Arte e ofício de artesanato: história e trajetória de um meio de sobrevivência**. Brasil. Águas de São Pedro. (Consultado a 10 de janeiro de 2018) Disponível em: <<https://pt.scribd.com/doc/211892380/Arte-e-oficio-de-artesao-historia-e-trajetorias-de-um-meio-de-subsistencia>>
- PROZIL, M. (2014). **Marta Prozil, Atelier de artesanato de Viana**. Viana do Castelo.(Consultado a 28 de Abril de 2017) Disponível em: <<http://www.martaprozil.pt>>
- RAJAGOPAL. (2010). **Consumer Culture and Purchase Intentions towards Fashion Apparel**. Mexico. EGADE Business School. (Consultado a 16 de Outubro de 2017) Disponível em: <<http://alejandria.ccm.itesm.mx/egap/documentos/2010-01-MKT.pdf>>
- RIFKIN, J. (2015). **The zero marginal cost society. The internet of things, the collaborative common, and the eclipse of capitalism**. Palgrave Macmillan. (Consultado a 3 de Maio de 2017) Disponível em: <[https://www.researchgate.net/publication/287967463\\_The\\_Zero\\_Marginal\\_Cost\\_Society\\_The\\_Internet\\_of\\_Things\\_the\\_Collaborative\\_Commons\\_and\\_the\\_Eclipse\\_of\\_Capitalism](https://www.researchgate.net/publication/287967463_The_Zero_Marginal_Cost_Society_The_Internet_of_Things_the_Collaborative_Commons_and_the_Eclipse_of_Capitalism)>
- ROGAR, S. (2012). **Zara city: por dentro da gigante do fast fashion**. (Consultado a 12 de Agosto de 2017) Disponível em: <<http://vogue.globo.com/moda/news/por-dentro-da-zara>. Acesso em: 05/06/2012>
- SALDANHA, N. (sem data). **Arte popular, arte erudita e multiculturalidade**. Influências, confluências e transculturalidade na arte portuguesa. Portugal. (Consultado a 6 de Janeiro de 2018) Disponível em:<[http://www.om.acm.gov.pt/documents/58428/182327/3\\_PI\\_Cap3.pdf/b5319b02-5e6e-49a7-8a4f-651509d8b33b](http://www.om.acm.gov.pt/documents/58428/182327/3_PI_Cap3.pdf/b5319b02-5e6e-49a7-8a4f-651509d8b33b)>
- SCHUH, G, POTENTE, T, WESCH-POTENTE, C, WEBER, A, PROTE, J. (2014). **Collaboration Mechanisms to Increase Productivity in the Context of Industrie 4.0**. Germany. Procedia CIRP, Vol.19. (Consultado a 28 de Setembro de 2018) Disponível em: <<https://core.ac.uk/download/pdf/82439073.pdf>>
- SHIMAMURA, E, SANCHES, M. (2012). **O fast fashion e a identidade de marca**. São Paulo, Brazil.Projética Revista Científica (2012) de Design. (Consultado a 14 de Julho de 2017) Disponível em: <<http://www.uel.br/>>

[revistas/uel/index.php/projetica/article/download/14269/12187](http://revistas/uel/index.php/projetica/article/download/14269/12187)>

• SOUSA, A. (1994). ***Bordados e rendas nos bragais entre Douro e Minho***. Lisboa. Programa das artes e ofícios tradicionais, Grupo BFE. (Consultado a 13 de Dezembro de 2017)

• VEBLEN, T. (1899). ***The theory of the leisure class***. USA. ISO-8859-1 (Consultado a 18 de Agosto de 2017)  
Disponível em: <[http://www.gutenberg.org/catalog/world/readfile?fk\\_files=3274120](http://www.gutenberg.org/catalog/world/readfile?fk_files=3274120)>

• VIEIRA, J. (2012). ***A minhota trajada à Vianesa. A construção histórica de um ícone da cultura popular***. (Consultado a 4 de Junho de 2017) Disponível em: <<https://tendimag.files.wordpress.com/2012/06/a-minhota-trajada-c3a0-vianesa-a-construc3a7c3a3o-de-um-c3adcone-da-cultura-popular.pdf>>

*Fast Fashion VS. Slow Fashion*



