

Seminários de Investigação em Design de Moda 2021

Doutoramento em Design de Moda

Programa em parceria:

Universidade do Minho | Universidade da Beira Interior

Título: **Seminários de investigação em Design de Moda 2021**

Organização: **Joana Cunha (UMinho) & Rita Salvado (UBI)**

Publicação: **2C2T - Universidade do Minho**

Data: **JULHO 2021**



**CENTRO DE CIÊNCIA E
TECNOLOGIA TÊXTIL**

UNIVERSIDADE DO MINHO



Conteúdo

- 4 Sessão de abertura
- 8 Investigações em curso I
- 26 Webminar Moda, Design e Sustentabilidade
- 30 Investigações em curso II
- 42 Webminar Moda e Tecnologia
- 48 Palestras pelos investigadores-dos centros associados

Nota introdutória

Joana Cunha e Rita Salvado são no presente ano letivo as diretoras do Programa Doutoral em Design de Moda em cada uma das instituições parceiras.

Os seminários de Investigação em Design de Moda são parte integrante do programa doutoral em Design de Moda. Este é um programa em parceria entre a Universidade do Minho e a Universidade da Beira Interior, criado em 2014.

Assistimos nos últimos 10 anos a uma transformação na moda fruto da evolução das tecnologias e do seu reflexo na sociedade.

As pessoas vivem num espaço especial, que é simultaneamente analógico e digital, offline e online (Floridi, 2018)

A moda assume assim múltiplas dimensões que se traduzem em diferentes correntes investigativas.

Ao longo dos Seminários de Investigação em Design de Moda iremos percorrer alguns desses percursos investigativos, através dos trabalhos dos investigadores doutorandos e dos trabalhos de designers e investigadores convidados.

Joana Cunha

Floridi, L. Soft Ethics and the Governance of the Digital. *Philos. Technol.* 31, 1-8 (2018). <https://doi.org/10.1007/s13347-018-0303-9>

"No artifact can be realized within a culture without being meaningful to those who can move it through its various definitions"

in: Kirpendorff, "The Semantic Turn"



03 Universidade do Minho



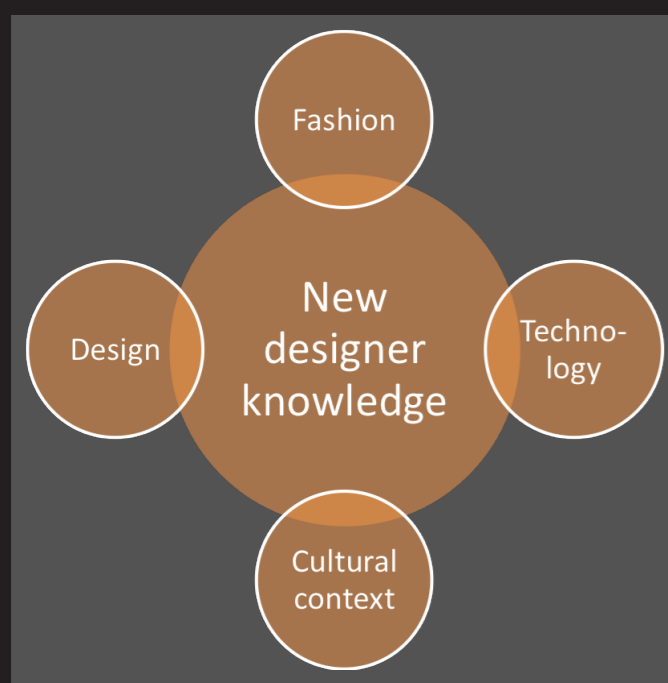
04

Pesquisa

Sessão de abertura 2021

Prof.^a Doutora Joana Cunha

Correntes investiga- tivas em Design de Moda



Joana Cunha

Universidade do Minho | Portugal

Assistant Professor at the University of Minho, in Textile and Fashion Design. PhD in Textile Engineering - Design and Marketing. Chair of the Scientific Committee of the International Conference on Fashion and Design (CIMODE) and researcher at the Center for Textile Science and Technology of the University of Minho. Research interests: Design methodologies in Fashion and Textiles, focussing Inclusive, Emotional Design and co-Design approaches.

O impacto das tecnologias digitais na indústria da moda irá certamente moldar a visão da sustentabilidade da moda. As tecnologias digitais irão impactar as abordagens à moda, em particular ao modo como a indústria se relaciona com os consumidores.

Em 2019 assistiu-se já a um aumento interessante nas estratégias de customização aplicadas ao setor, sendo que se espera que a personalização seja um elemento chave das novas visões na moda.

A criação de experiências de e-commerce personalizadas para manter a ligação emocional com os consumidores é uma das grandes tendências, mas também o é a oferta da possibilidade de personalização de produtos e até de produtos sob medida.

As tendências para a indústria da moda na visão de Ghai V. indicam que os consumidores passarão de

compradores de estilos - "style buyers" - a criadores de estilo - "style owners". (Ghai, V., 2019, A paradigm shift in the fashion industry: Trends to keep an eye on in 2020).

Por outro lado, Mario Vargas Llosa, em "A civilização do espetáculo" refere que se por um lado nos estamos a tornar cada vez mais egocêntricos, por outro tornamo-nos cada vez mais conscientes do impacto que as nossas ações têm no planeta. Por sua vez, Krippendorff no seu livro "The Semantic Turn" aponta que existem novos desafios para o design e que esses desafios se centram na perceção plena das necessidades humanas e do prazer que as pessoas obtêm com os produtos. O mesmo é apontado por Mansini e outros investigadores na área do design como Chapman e McDonagh.

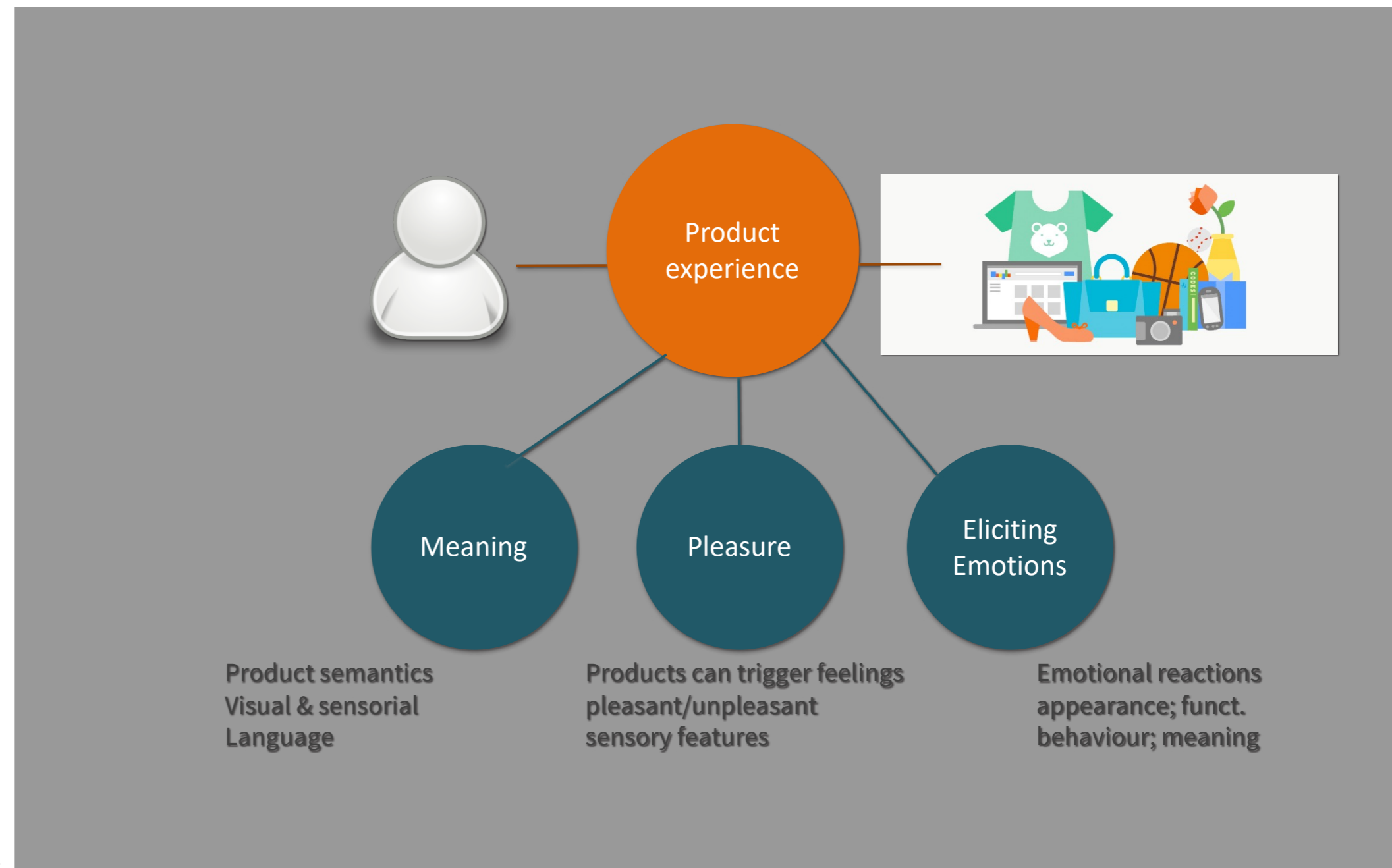
No seguimento desta linha de pensamento o grupo de trabalho procura perceber a relação emocional com os produtos, pela exploração de diversos campos do design (com

particular interesse no domínio do design de moda), sempre com foco na experiência do consumidor|utilizador e na relação desta com o trabalho do designer.

Investigamos abordagens diferentes ao Design que permitam, por um lado, melhorar a experiência com o produto e por outro, aumentar ao seu ciclo de vida por via da relação emocional com os utilizadores.

A figura ao lado ilustra os elementos chave que temos procurado trabalhar na nossa investigação.

07. Dimensões da experiência com o produto (J. Cunha, 2019)





Investigações em curso I

A 1ª sessão de apresentações das investigações em curso pelos investigadores doutorandos do programa foi dedicada aos trabalhos dos alunos em fase de conclusão e aos alunos no 3º ano de investigação:

ANA PAULA BARROSO FARIA

NELSON JOSÉ NOVAIS DE OLIVEIRA

BRUNO DANIEL VIEIRA

LILIANA PINA

PAULO MARTINS

CLEONÍSIA ALVES

ANDREANA BUEST

Ana Paula Barroso Faria, PhD Student

Fashion communication in the digital age: an interview study



Tema do projeto de tese: Study on digital communication strategies of Fashion brands based on Emotional Design

Nome: Ana Paula Barroso Faria | ID5529 | Universidade do Minho

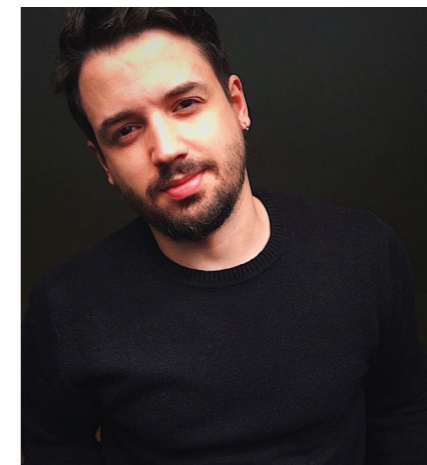
Equipa de orientação: Joana Cunha (UMinho) e Bernardo Providência (UMinho)

The increased usage of available technologies and communication tools provided by the digital age offers numerous opportunities for fashion brands to connect with consumers. Although this matter is known in the literature, there is still much to explore on designing digital products and experiences for and with emotion. This study focuses on the experience of ten fashion industry professionals with knowledge in several design disciplines, e.g., Art Direction, Photography, Graphic design, Visual Merchandising, Web Design, through a semi-structured interview as a research method. A conversational guide was used to map the conversation and point to general directions — the guide was customized for each interview. The set of questions comprised open-ended questions about respondents' experiences and working processes in order to lead them to speak about the aimed themes. The analysis of the obtained data was assisted with QSR International's NVivo 12 Mac

— a specialized qualitative analysis software. The results showed that creatives are applying the following strategies for crafting deeper experiences: revealing some details to create the perception of mystery; promoting unexpected contexts by changing the scale or the perspective or archetypes; combining different materials; taking advantage of unplanned situations to boost creativity; resorting to visual and conceptual references of support such as color and movement. Besides, the qualitative analysis revealed that the designers' role is to create surprise and spark curiosity when communicating a product or a brand. Additionally, the interviews illustrate that digital media channels influence how designers communicate. The interviewees understand the impact of technologies, and they are starting to adapt their creative practices. They also pointed out the positive and negative aspects of digital disruption. The results are encouraging, and the next stage is to explore how the identified strategies can be employed in emergent technology contexts, bearing in mind positive emotions.

Nelson José Novais de Oliveira, PhD Student

Customização de calçado assente em metodologias de Co-Design, incremento de valor pela via emocional



Nome: Nelson José Novais de Oliveira | ID6963 | Universidade do Minho

Orientação: Joana Cunha (UMinho)

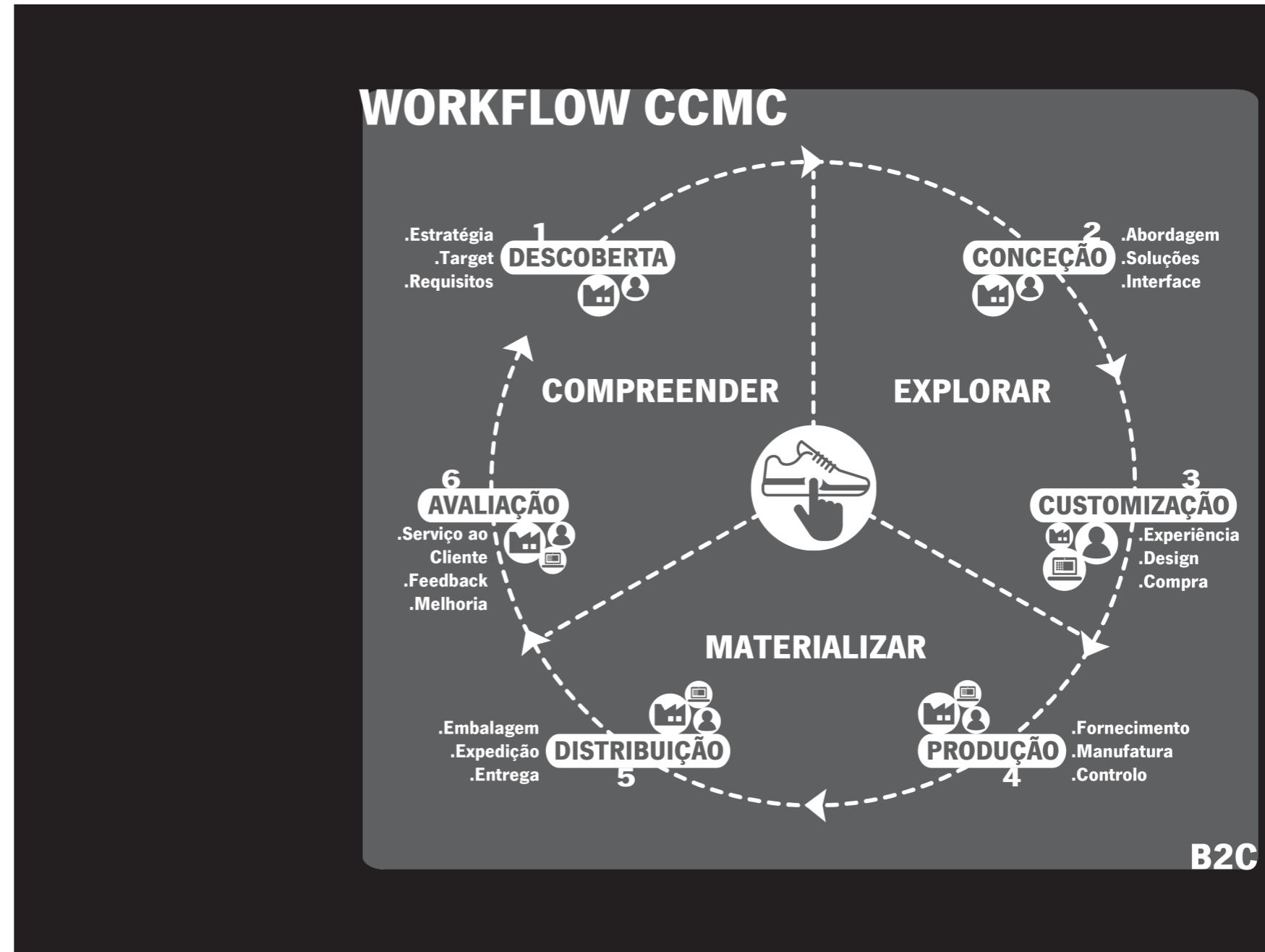
O atual panorama de criação e consumo de moda encontra-se em profunda mudança, fortemente influenciado pela crescente proliferação de abordagens que promovem a participação ativa dos consumidores. Consciente desta conjuntura e face à crescente conquista de relevância internacional, o setor do calçado português procura mobilizar-se de forma organizada para promover a competitividade contínua e sustentável através da inovação e incrementação de valor. Esta tendência emergente de produção e consumo vem aproximar e dinamizar as relações entre indústria e consumidor, fortemente potenciada por novas tecnologias e ambientes digitais, esbatendo as fronteiras entre a indústria/marca e cliente/consumidor. Nesse sentido, a Customização Colaborativa em Massa de Calçado (CCMC) surge como uma alternativa complexa, mas com vantagens mútuas para a indústria e para o consumidor. O objetivo desta investigação é definir princípios para uma metodologia holística de apoio ao desenvolvimento da CCMC e modelo de comunicação. Recorreu-se a uma metodologia exploratória diversificada baseada em: revisão de literatura; pesquisa de mercado; questionário a um grupo de 7 produtores portugueses

de calçado e componentes; questionário a um grupo internacional de 29 retalhistas; questionário a um grupo internacional de 947 consumidores; experimentação baseada em 3 cenários, entrevistas individuais e grupo focal a 5 consumidores portugueses; e questionário a um grupo de 3 peritos portugueses em CCMC. Como resultados, foram obtidas as propostas do modelo CCMC e modelo de comunicação ARIU, validados através de dados secundários e primários que englobaram a visão da indústria, do retalho, do consumidor e de peritos. Como principal conclusão, verificou-se uma clara convergência nas respostas dadas pelos vários participantes na investigação, destacando-se as dos consumidores e do grupo experimental, que confirma o crescente interesse em CCMC e a relevância da ligação emocional do cliente/consumidor com o produto e marca. Verificou-se que esta incrementação de valor é percebida pelo consumidor, tendo consciência desta construção de significância em torno do produto e do serviço customizados. Além disso, identificou-se um maior interesse por parte da indústria e do mercado por abordagens de customização adaptativa com construção aditiva e intervenção estética, principalmente

ao nível do corte do modelo (cores e materiais). A viabilidade da abordagem CCMC encontra-se fortemente dependente da adoção de medidas da Indústria 4.0. Os modelos CCMC e ARIU propostos não procuram ser representativos, mas sim exploratórios, pois encontram-se assumidamente dependentes do contexto. Contudo, espera-se que sirvam de orientação no desenvolvimento de metodologias específicas de CCMC, contribuindo com novos elementos de análise e discussão.

11. Workflow para a Customização colaborativa em massa de calçado.

Customização de calçado assente em metodologias de Co-Design, incremento de valor pela via emocional



Bruno Daniel Gomes Vieira, PhD Student

Nome: Bruno Daniel Gomes Vieira | ID7619 |
Universidade do Minho

Equippe de orientação: Helder Carvalho
(UMinho) e Bernardo Providência (UMinho)

Apesar das fortes implicações no campo interdisciplinar da interação humano-computador (HCI), as roupas inteligentes para a atividade desportiva têm acolhido no seu design inúmeras inovações, tanto nas tecnologias eletrónicas, como no rastreio de dados fisiológicos. Posicionando-se audaciosamente entre o design de moda e os dispositivos vestíveis, estas roupas discorrem entre as tecnologias da informação e comunicação (ICT) e as plataformas da internet das coisas (IoT), trazendo benefícios e funcionalidades, consequentemente novas características de interação entre a roupa e o utilizador.

Nesse contexto, e no âmbito das atividades do projeto TSSIPRO - Technologies for Sustainable and Smart Innovative Products, obteve-se o desenvolvimento de conhecimento através de dois estudos de caso, cada um destes foi acompanhado por um método. O estudo "Smartsuit" foi orientado pelo método Duplo Diamante, teve como foco o ciclismo; corresponde a um contacto introdutório e multidisciplinar ao processo de design de vestuário inteligente para o desporto. Permitiu através da experiência empírica, experimental, intuitiva do autor, o

Vestibilidade – Como pro- jetar roupas inteligentes para o desporto

design e a prototipagem de um skinsuit com elétrodos integrados capazes de monitorizar a frequência cardíaca por eletrocardiografia (ECG). O estudo "Avantgarde" foi orientado pelo método Design Centrado no Utilizador, teve como foco a esgrima; corresponde já a uma maturação da temática, que passa a estar centrada no utilizador. Permitiu através da experiência conceitual, teórica, metódica e organizada do autor, a conceptualização de um uniforme inteligente com sensor de pressão piezoresistivo flexível integrado no têxtil capaz de capturar o desempenho do toque da arma, facilitando a arbitragem e pontuação do jogo; e com sensores inerciais (IMU) acoplados em têxteis capaz de capturar e rastrear os movimentos do atleta através da transposição do movimento em um modelo digital. Aqui, foi possível, a seleção e avaliação das tecnologias vestíveis através da agnição de dados quantitativos e qualitativos fornecidos pelos utilizadores.

Esta tese contribui para o crescente corpo de pesquisa sobre o uso de computadores vestíveis para a atividade desportiva, através do utilizador enfatiza-se inovação, usabilidade e design. Mais especificamente, valida o interesse de atletas e treinadores de esgrima, por tecnologias com sensores de pressão e inerciais. Ao nível do processo de design possibilitou investigar e avaliar através de dois modelos destintos e, portanto, identificar diferenças e limitações.

Liliana Maria Gonçalves Pina, PhD Student

“DO I FIT IN?” Study of Visually Impaired Individuals and Their Emotional Relationship with Fashion Brands.



Nome: Liliana Maria Gonçalves Pina | D2208 | Universidade da Beira Interior

Equipa de orientação: José Mendes Lucas (UBI) e Paulo Alexandre de Oliveira Duarte (UBI)

Introdução:

Focada na perceção da pessoa com deficiência acerca do produto vestuário, esta investigação pretende compreender a relação emocional do indivíduo DV com marcas de moda.

Conteúdos/ Metodologia:

Após a compilação do estado da arte baseada na análise de livros, artigos científicos e informativos; documentários; visualização e análise de vídeos e estudo de casos, o estudo empírico baseia-se numa metodologia mista. Dividida numa análise qualitativa, tem por base a implementação de entrevistas aos participantes no estudo enquanto a segunda parte evidenciará o método quantitativo, onde será implementada a análise de uma ferramenta sensorial composta por diversas amostras têxteis, enfatizando as perceções táteis, olfativas e auditivas do consumidor DV. Apoiada pelo método do Design Inclusivo, esta experiência pretende uma atualização

e uma consciencialização dos problemas atuais durante a experiência de compra e de utilização do vestuário.

Valor/ Originalidade

Esta investigação permitirá colmatar a falta de informação presente no contexto académico e científico, sendo uma mais-valia para o designer e a marca no desenvolvimento de produtos e serviços no âmbito do Design de Moda.

Resultados/ Conclusões

Uma vez que a investigação e o estudo empírico se encontram neste momento na fase das entrevistas, ainda não possível apresentar resultados.

Paulo Martins, PhD Student

Case study of co-creation fashion brands.



14

Tema do projeto de tese: Development of a co-creation model that streamlines the fashion process from the consumer to the manufacture

Nome: Paulo Gabriel Correia Martins | D2209 | Universidade da Beira Interior

Orientação: Rui Alberto Lopes Miguel (UBI)

Introduction

Being co-creation a potential future form of business within fashion, having the capability of reaching consumers way closer than other business styles, and also, being able to pursue zero waste in the supply chain it is imperative to understand what improvements can be made on the already existing models.

Presentation contents / methodology

The purpose of this part of the study is to understand co-creation in and perceive potential benefits and constraints that might affect consumers and brands, having into account the available literature, as well as, how fashion brands already working with co-creation are managing their business and what are the adopted guidelines, how they are creating new products and value with consumers and in which way are they benefiting themselves and the consumers in the process.

The theoretical research approach for this part of the study is based on the literature review method and based on scientific papers from journals mainly related with fashion. To better

complete the literature review was also done a case study of brands that work or worked with co-creation within a fashion context. Based on a descriptive and exploratory approach (Yin, 1993), this case study included several entities (Gerring, 2007) and different processes (Yin, 2001). Having into account a qualitative methodology (Fortin et al., 2009) the case study method

(Gerring, 2007; Stake, 1995; Yin, 1993, 2009) consisted in a complete and detailed examination of the entities. As for the selected entities, two or more cases can be designated for the same study (Yin, 1993) in order to obtain a single set of cross case conclusions (Yin, 2009). For this study where selected three brands, Nike, Threadless and Awaytomars, having into account their relevance in the current or past use of co-creation.

Findings/Conclusions

This part of the study allowed understanding that the consumer/community-brand interaction is the basis of co-creation and the creation of value, and also the mean to create products in line with the consumers' needs and desires while giving them an experience during the process. It was also found that both, Threadless and Awaytomars work in similar ways, although they have different product ranges and price points. This applies to the creation,

idea submission process and voting.

Although there are also similarities in the product sale and in the prize system for the contributors on the process there are also differences in the way they are managed.

References

- Fortin, M.-F., Coté, J., & Filion, F. (2009). Fundamentos e Etapas do Processo de Investigação. LUSODIDACTA.
- Gerring, J. (2007). Case Study Research: Principles and Practices. Cambridge University Press.
- Stake, R. E. (1995). The Art of Case Study Research. Sage Publications.
- Yin, R. K. (1993). Applications of case study research. Sage Publications.
- Yin, R. K. (2001). Estudo de Caso: Planejamento e métodos (Bookman (ed.); Secon Edid).
- Yin, R. K. (2009). Case Study Research: Designing and Methods (Fourth Ed). Sage Publications.

Cleonísia Alves Rodrigues do Vale, PhD Student

Explorações sobre as práticas artesanais têxteis na Região do Minho

Tema do projeto de tese: O design de superfície têxtil na moda: uma contribuição para a inovação social

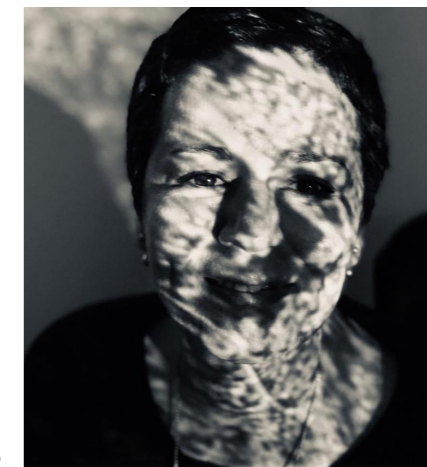
Nome: Cleonísia Alves Rodrigues do Vale | ID7996 | Universidade do Minho

Equipa de orientação: Ana Cristina Broega (UMinho) e Gianni Montagna (FA-UL)

O problema foi identificado a partir de leituras e também da observação da vida cotidiana na Região do Minho. Um território que já foi impulsionado economicamente pela indústria têxtil, hoje apresenta um panorama de desemprego sobretudo de mulheres mais envelhecidas que foi absorvido pelas reformas antecipadas que ficaram com o futuro comprometido não tendo formação nem habilitações noutras áreas. Nestas circunstâncias surge este estudo que pretende explorar as riquezas artesanais nesta Região no intuito de investigar como o design de superfície têxtil aliado às técnicas artesanais, pode contribuir para a inovação social como uma possibilidade para a ocupação dessas mulheres. A abrangência territorial do estudo compreende a região do Minho constituído pelos 14 concelhos do distrito de Braga, por 11 concelhos do distrito de Viana do Castelo, e ainda por Vila do Conde pela sua proximidade geográfica e importância histórica e cultural das rendas de bilros. O objetivo geral da investigação é contribuir através do design de superfície

têxtil, realizado com técnicas artesanais tradicionais, para a inovação social no campo da moda sustentável. O objetivo específico abordado nesta apresentação foi o resultado do mapeamento das técnicas artesanais locais passivas de serem exploradas. Foram ainda abordados os conceitos fundamentais de Inovação Social (Manzini, 2008; Niemayer, 2017) e "tecnologias sociais" (Dowbor, 2014). Design de Superfície (SDA), técnicas artesanais têxteis, artesanato (Unesco, 1997) e suas classificações, tipologias, categorias (Barroso, 2001; SEBRAE, 2010). Na metodologia de abordagem ao estudo exploratório levantaram-se dados secundários através de revisão de literatura e consulta de documentos diversos como portarias, guias, documentos institucionais, manuais de certificação artesanal e sites. Recolheram-se dados primários através de entrevistas semiestruturadas com designers e artesãos. Como resultados apresentaram-se 7 instituições ligadas ao artesanato têxtil; 6 produções artesanais tradicionais certificadas; 2 unidades produtivas artesanais

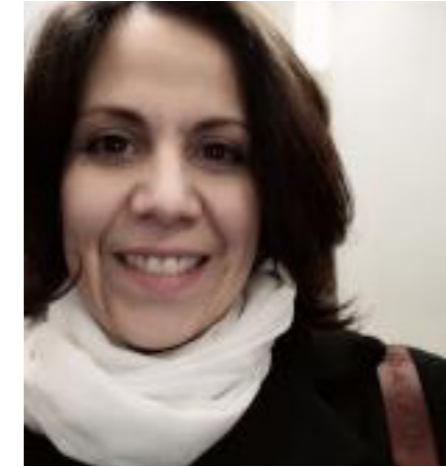
e 162 artesãos registados (158 mulheres e 6 homens); num total de 9 técnicas artesanais diferentes. Conclui-se que o setor das artes e ofícios continua a constituir um meio de subsistência importante para um número significativo de indivíduos. Confirmou-se a relevância deste setor para o tecido social e económico das comunidades locais, bem como a importância de fomento com foco no desenvolvimento e qualificação do setor artesanal. Verificou-se e confirmou-se a indispensável contribuição feminina para a atividade. Ressalta-se a incompletude do mapeamento devido a ausência de dados sobre a realidade da "informalidade" da atividade (artesão não registados na...), visto que só foi possível considerar os documentos oficiais disponíveis sobretudo em tempos de restrições de circulação. E por fim, deste estudo levanta-se a questão a ser respondida: será que a formalização através do registo do trabalhador artesanal apresenta desvantagens para o artesão?



15

Andreana Buest, PhD Student

Evidence of collaborative learning in an online fashion design trial course unit.



Nome: Andreana Buest | ID3986 |

Universidade do Minho

Orientação: Maria da Graça Guedes

Introduction and goals

To keep updated, fashion designers resort to technological environments (digital, online, augmented reality, etc) for fashion information, ideas, resources, expertise. As a community, they share, promote, redesign, recreate, cocreate. It seemed necessary then to examine education/learning in fashion design under this technology immersed context and investigate models of education/learning that could surpass the physical frontiers of the classroom and align with the rapid changes of the professional landscape, as well as with the individual needs.

Methodological approach

It was implemented a trial course unit to test a collaborative online learning model. The model was supported by the theoretical framework, the review of the literature, the analysis of the online offer in the European Higher Education Area (EHEA), and exploratory interviews with professionals of the sector.

This work will present the initial results obtained from the trial course unit,

implemented in two online platforms to observe three groups of participants, from September 2020 to February 2021. Participants were identified using the snowball technique, selecting professionals from the sector that could provide an in-depth perspective about the trial course unit, and analyse its specificities.

A set of nine indicators were organised in three groups, so that the following hypothesis could be observed: H1 collaborative learning, H2 anticipative/prospective learning and H3 personalised learning.

The following section presents evidence of the H1 indicators identified by the participants in a questionnaire, related to the 6 groups of assignments in the 'Discover part'.

Initial results from the questionnaire 'Q2_Discover assignments' for H1 indicator, collaborative learning.

The Discover part aimed participants to build a learning community, to engage with each other, with the learning environment and with the learning model. Participants were asked: Which capabilities (H1 indicators) were

triggered by the following assignments?

This questionnaire obtained 11 answers and H1 indicators were considered triggered if scored >50% or 5,5 'points'. It was expected that the assignments triggered 21 indicators. Participants successfully recognised 8 indicators. Another 7 indicators were not expected but were successfully identified. This totalised 15 indicators (+55,6% of the 21 expected) recognised by participants. Some H1 indicators represented deviations, since no capabilities (H1 indicators), or no collaborative capabilities were expected to be triggered by the assignments.

The initial results indicated that although participants did not use the platform or the tools provided to communicate and engage (synchronously or asynchronously), when questioned about the H1 indicator, they were able to recognise it. However, these initial results need to be confronted with the ones obtained from the direct and participant observations.



Moda, Design e Sustentabilidade

17

17. Desfile de Moda alunos
Design e Marketing de Moda
UMinho 2016

Entender a necessidade de uma abordagem mais direta e efetiva à sustentabilidade na investigação em Design de Moda, assim como na formação de designers capazes de lidar com os desafios da indústria da moda e da sociedade, é o desafio que enfrentamos.

A sustentabilidade precisa ser trabalhada de forma transdisciplinar tanto ao nível da investigação quanto ao nível da prática, como na educação em Design de Moda. O futuro é hoje!

Este webinar dedicado ao tema **"Moda, Design e Sustentabilidade"** procurou reunir designers, marcas, académicos e investigadores para um debate em torno dos atuais desafios e como podemos trabalhar de

forma mais sustentável na Moda.

Foram convidados especiais, a designer **Marita Ferro** da marca "Marita Moreno", a designer e académica **Doutora Anne Anicete** e a **Professora Doutora Evelisse Anicete Rutschilling** que fundaram a empresa Contextura (Brasil) e ainda a **Professora Doutora Carla Morais** da FA-UL que nos falou sobre "Sustentabilidade na Moda - pelas Metodologias do Ciclo de Vida", com moderação da **Professora Doutora Ana Cristina da Broega** da UMinho.

Webminar

Moda, Design e Sustentabilidade

23.04.2021

Anne Anicete Designer

Anne Anicet possui Doutorado em Design com foco em Moda Sustentável, Universidade de Aveiro, Portugal. Mestrado em Design e Marketing do Vestuário, Universidade do Minho, Portugal. Aperfeiçoamento em Fashion Design, IED Turin, Itália. Bacharelado em Artes Plásticas, UFRGS. Moda e Estilo, UCS. Participou de Bienais de Arte como Art Venice Biennale 3, Veneza; e Boston Biennial 4 e 5, Boston, EUA. Foi professora universitária em design de moda em curso de bacharelado e mestrado ao longo de 10 anos. E atualmente é Sócia/Diretora da Contextura, marca pioneira em moda e arte sustentável no RS, Sul do Brasil. É autora do ebbok "Como aplicar os conceitos de moda sustentável na prática"

A **Contextura** alia moda com arte através da cultura da sustentabilidade. As peças são projetadas através de processos artísticos para que se estabeleçam novas relações no usar. Tendo como base as texturas como inspiração e matéria-prima, todos os designs são originais, atemporais e oferecidos em edições limitadas.

<https://contextura.art.br/>

Evelise Ruthschilling Prof. invest.

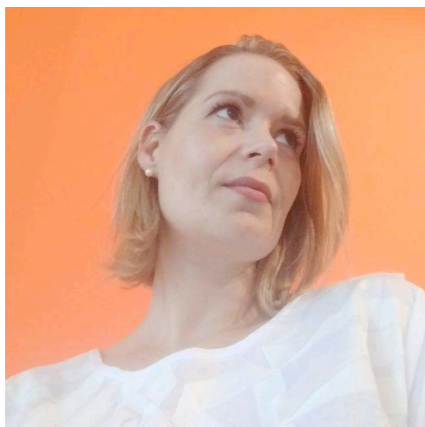
É professora Titular da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, atuando no curso de Bacharelado em Artes Visuais e no Mestrado e Doutorado em Design - PGDESIGN-UFRGS, como orientadora. Coordena o Núcleo de Design de Superfície da UFRGS, responsável pela estruturação deste campo de saber no Brasil, o Núcleo de Moda Sustentável, e o Museu Virtual de Moda e Têxteis da UFRGS, todos centros de pesquisa integram o Laboratório de Imagem e Tecnologia - LIT- UFRGS. Desenvolve pesquisa aplicada em design de superfície e moda sustentável no Atelier ContexturaCoordena Grupo de Pesquisa Arte e Design - CNPq. Possui Bacharelado em Artes Plásticas pela Universidade Federal

18. Anne Anicet

19. Evelise Ruthschilling

20. Marita Ferro

21. Carla Morais



18

do Rio Grande do Sul (1978), aperfeiçoamento em Pintura artística e Fashion Design pelo The Art Institute of Chicago, EUA(1994), mestrado em Artes Visuais pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (1994); Doutorado em Informática na Educação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (2002) e pós-doutorado em Design de Superfície Sustentável no Núcleo de Design e Sustentabilidade na UFPR (2013). É membro do Conselho Consultivo das revistas Moda-Palavra da UDESC, Revista Iara - SenacSP, Projética-UEL e DObras da ABEPem. Faz parte do Comitê Científico dos congressos: Colóquio de Moda e CIMODE.

Marita Setas Ferro Designer

Marita Setas Ferro was born in 1967 in Beira, Mozambique. Master in Sculpture, Postgraduate in Design and Marketing - Clothing, Postgraduate in "Cultural Management in the cities" and professionalization in service. Her training was done and completed at CITEC - Fashion Design Course and at FBAUP - Plastic Arts - Sculpture.

She created and coordinated wardrobes for theater, opera, circus and ballet, as well as scenography. She created Marita Moreno brand in 2008, where develops designer pieces and sustainable accessory lines. Trainer and consultant in areas of design, textiles, fashion, and Plastic Arts.

She belongs to associations in the area of Arts & Crafts and in the area of Sustainable Design. Marita Moreno won international MOMAD prize "Moda, Sostenibilidad y Negocio".

Considered one of Top 100 Women in Fashion Tech by Women of Wearables. Marita Moreno was nominated (Dali Azores Shoes) for the Green Product Award.

Carla Morais Prof. invest.

After her Fashion Design degree at Faculty of Architecture in University of Lisbon, she worked as intern in Camilo Pinto SA, developing women's and men's apparel collections for Peter Murray, World Apart and Lightning Bold brands. Between 1998 and 2007 she worked in a textile design company (Tricana SA). She has a Master degree in Textil Design & Marketing at the University of Minho.

She is an effective researcher at the Research Center in Architecture, Urbanism and Design of the Faculty of Architecture of the University of Lisbon, being author and co-author of articles in her research area, addressing subjects such as the analysis of consumer behavior, Methodologies of Sustainable Fashion Design, Processing of Textile waste into revaluation proposals, etc.



21



19



20





Investigações em curso II

A 2ª sessão de apresentações das investigações em curso pelos investigadores doutorandos em Design de Moda foi dedicada aos trabalhos dos alunos no 2º ano de investigação:

THAIANA VIEIRA

LAYLA MENDES

GISELE NEPOMUCENO

HARUNA IBRAIN

SUSANA MARQUES

Thaina Gomes Vieira, PhD Student

O Modelo sustentável de experiência virtual: contribuição para o conhecimento da história da moda na era da digitalização

Nome: Thaina Gomes Vieira | D2553 |
Universidade da Beira Interior

Equipa de orientação: Madalena Pereira e Andreia Frazão (UFRJ)



Esta é uma investigação interdisciplinar em Design de Moda, que envolve conhecimentos desta área científica bem como o das áreas complementares como história, sociologia, tecnologias e metodologias. Realizamos uma pesquisa sobre a história do vestuário recorrendo a arquivos museológicos, digitais e exposições. Partimos do pressuposto que a moda está articulada a fatores sociais, culturais, políticos e económicos, neste sentido, consideramos relevante conhecer quais são os papéis da moda nas sociedades, em épocas passadas e na atualidade.

O objeto de estudo desta pesquisa é o vestuário histórico de moda, no caso, um grupo de peças de roupa de moda, de diferentes momentos históricos, que possuem papel de destaque nas grandes marcas e criadores e na memória de vários países. Um dos objetivos gerais desta investigação centra-se em propor novas formas de divulgação ao público, em espaços físicos e virtuais culturais, de peças de vestuário numa perspectiva social, cultural, política e económica. O objetivo específico desta investigação concentra-se em contribuir com um modelo virtual, que permita obter informação online das componentes referidas bem como estudar a sua relação com o corpo não estáti-

co de diferentes conformações. Além disso, considera-se que a proposta pode contribuir, de alguma forma, para a sustentabilidade em nível global, com a redução de recursos necessários no desenvolvimento da atividade de designer de moda.

O método qualitativo, para o objetivo do trabalho, é o mais adequado. Pontua-se que esta é uma pesquisa recorrendo à metodologias projetuais, com apenas a última etapa considerada empírica, com a concretização de uma experiência em realidade virtual. São utilizadas metodologias como: revisão de literatura, coleta de dados, estudo de caso e criação de um modelo de realidade virtual.

Até o momento, avançamos na revisão bibliográfica e contextualização histórica da peça a que nos propomos criar a realidade virtual. As conclusões parciais apresentam que: cada vez mais possuímos patrimônios de moda em espaços de exposição e a maioria sem o caráter vestível; a Baixa Idade Média tem atenção dos estudiosos de moda, mas ainda possui menor foco quando comparada aos demais momentos; e a peça escolhida para a experiência é relevante, pois possui diversos elementos que permitem explorar técnicas e conhecimentos do período do surgimento da moda.

Layla Mendes, PhD Student

Estratégias e Instrumentos para a Observação de Tendências: um Contributo para o Processo Criativo dos Designers de Moda



24

Nome: Layla de Brito Mendes | ID7900 |
Universidade do Minho

Equipa de orientação: Ana Cristina Breoga
e Nelson Pinheiro Gomes (FL-UL)

Os Estudos de Tendências passam pelo processo de consolidação enquanto campo académico transdisciplinar. No âmbito da Moda, encontram espaço para se desenvolver pois vão ao encontro de aspetos relativos à teoria, prática e crítica do chamado Sistema Moda. Para além, ainda se destaca sua perspetiva em termos comerciais – os Estudos de Tendências movimentam o mercado de agências e escritórios especializados. O acesso às informações de tendências corresponde a uma das etapas do processo criativo dos produtos de moda, porém a consulta desse material representa um valor a ser investido pelas empresas/marcas ou designers.

Assim, esta investigação de doutoramento trata-se de um estudo exploratório de abordagem qualitativa, cujo objetivo geral é propor um modelo concetual de sistematização das metodologias utilizadas na prospeção de tendências. Esse modelo terá sua utilização direcionada aos designers de moda que não possuem acesso aos relatórios/cadernos de tendências comercializados, como também

para aqueles que desejam complementar as informações lá encontradas através de pesquisa própria. Ao utilizar o modelo conceptual proposto, os designers serão capazes de observar e interpretar as tendências, assim poderão otimizar o seu trabalho e garantir uma maior assertividade nas suas criações.

Para tanto, este estudo está a ser desenvolvido através da aplicação de seis metodologias, divididas em fases exploratória, gerativa e avaliativa. Na fase exploratória tem-se o levantamento bibliográfico, no intuito de se conhecer os principais autores e mais recentes publicações acerca dos temas pertinentes à investigação; e entrevistas exploratórias com pesquisadores de tendências, dos âmbitos comercial e académico, para perceber como trabalham. Na fase gerativa tem-se o desenvolvimento do modelo conceptual de sistematização das metodologias utilizadas na prospeção de tendências, de caráter experimental; uma primeira rodada de entrevistas através de focus group, com designers de moda, para apresentação e discussão do modelo conceptual proposto; e consulta a

relatórios de tendências de livre acesso, a fim de complementar a análise dos dados obtidos através do primeiro focus group. Por fim, na fase avaliativa tem-se uma segunda rodada de entrevistas através de focus group, com outro grupo de designers de moda, para validar o modelo conceptual desenvolvido.

Até o presente momento, está a ser realizado o levantamento bibliográfico, onde já foram identificadas as mais recentes publicações acerca do tema. Através da leitura foi possível encontrar alguns modelos de sistematização de metodologias qualitativas utilizadas na prospeção de tendências, que serão úteis na elaboração do modelo conceptual experimental – o objetivo geral desta investigação. Também já foram conduzidas cinco entrevistas exploratórias com pesquisadores de tendências, e a partir destas já se pode ter uma visão detalhada e aprofundada de como se dá o processo de observação e identificação das tendências, por estes profissionais.

Gisele Nepomuceno, PhD Student

A Transcodificação do Retalho de Moda do Real para o Virtual e a Reformu- lação da Experiência do Consumidor

Nome: Gisele de Lima Melo Nepomuceno |
D2536 | Universidade da Beira Interior

Orientação: Catarina Moura e Fernando
Oliveira (IADE)



Quando considerada a experiência proporcionada a um consumidor de Moda, a evolução do visual merchandising acompanhou as necessidades físicas de um mercado que, sobretudo a partir da segunda metade do século XX, não temos como dissociar do progressivo incentivo ao consumo que refletia especularmente o desenvolvimento desenfreado da capacidade industrial e tecnológica de produção e distribuição.

O progressivo investimento em estratégias de comunicação de marca tem acompanhado o cuidado colocado na experiência física proporcionada ao consumidor no ponto de venda. No entanto, numa sociedade que, cada vez mais, gere o seu quotidiano entre ambientes físicos e virtuais, o comportamento do consumidor reflete inevitavelmente a sua realidade individual, social e, por vezes, até laboral, levando-o a procurar nas marcas não apenas uma presença on-line, mas um serviço e como esse se relaciona com o consumidor e também com o ponto de venda físico.

Esta tese pretende estudar o processo de transcodificação do retalho de moda do real, para o virtual, analisando o que se mantém e o que se altera na experiência proporcionada ao consumidor como resultado desse processo e estudando as estratégias de

reinvenção do visual merchandising e o papel nelas desempenhado pelo storytelling como mecanismo narrativo capaz de gerar identificação e fidelização através do modo como projeta os valores da marca. Considerado este conjunto de premissas, a investigação procura igualmente identificar os setores da indústria da Moda mais abertos e os mais resistentes a este tipo de mudança, de modo a conseguir contrastar as soluções acionadas, o nível de adaptabilidade e o impacto sofrido face a situações imprevistas e de emergência, tais como o confinamento provocado pela pandemia da Covid-19, em 2020.

A pesquisa será concebida através da aplicação de seis metodologias, distribuídas entre as fases exploratória, gerativa e avaliativa. A primeira fase, exploratória, será composta por duas metodologias: revisão de literatura e entrevistas exploratórias, que correspondem a fase atual da pesquisa, a fase seguinte conta com o estudo de caso e entrevista em profundidade, que serão fundamentais para a geração do questionário que será aplicado junto aos consumidores com práticas de consumo on-line. Na última etapa da pesquisa, esses dados serão utilizados para alimentar uma plataforma direcionada para ações de branding e visual merchandising de retalho físico e virtual para auxiliar lojistas e profissionais de marketing.

Haruna Ibrain, PhD Student

MULTI-PURPOSE CONCEPT OF DESIGN: A SUSTAINABLE STRATEGY IN ADDRESSING THE WIDESPREAD OF REDUNDANCY OF THE "WHITE WEDDING GOWNS" IN THE GHANAIAI CULTURE

Nome: Haruna Ibrain | D2660 | Universidade da Beira Interior

Equipa de orientação: José Mendes Lucas, Mónica Romãozinho e Fernando Moreira da Silva (FA-UL)

Best sustainable practices and material culture is the forefront in this twenty-first century and as a result, sustainability and circularity have become very crucial for global industrial growth and development of which the clothing and textiles industry cannot be left out. The clothing and textiles industry is considered to be the second most notorious in environmental pollution to the oil industry, and this is due to the adherence of the fashion industry to a linear economic system. The alarming rate of this disposable behaviour of the clothing industry calls for the multi-purpose concept of design to extend the life of clothing, encourage sustainable consumption, minimize greenhouse gases, and facilitate a transition to a circular economy. The bridal gown perhaps is one of the commonest clothing items that is often been dispose-off prematurely or become redundant as wedding ceremonies are over, this means that it has become one-time wearing attire, regardless of the time money and other resources invested in its acquisition. This consumption behaviour is attributed to the lack of innovative



26

design thinking approaches and also a failure of incorporating the needs and values of the wearers of clothes through co-design. The study is qualitative and therefore employs mix methodological approach i.e., interventionist and noninterventionist research methods in addressing the study objectives. The thesis focuses on addressing two primary objectives (1) To find answers to the redundancy of bridal gowns for extended life within the Ghanaian marriage culture, by considering the application of more sustainable design principles (multi-purpose concept of design) for the production of circular bridal gowns that can reduce the asymmetry between rich and poor countries, and the affirmation of Ghanaian culture; (2) to produce a sample sustainable prototype bridal gown connected to Ghanaian culture and economic conditions. Ghana is a third world country faced with a very low socio-economic problem, many families live in poor conditions and fashion solutions should be more sustainable, versatile and with a longer life cycle.

Keywords: Fashion design, multi-purpose design, Ghanaian marriage culture, sustainable clothing design, co-design, bridal gown.

Susana Cristina Gomes Marques, PhD Student

Incorporation of additive manufacturing in fashion design: Development of 3D printed textiles and apparel

Nome: Susana Cristina Gomes Marques | D2707 | Universidade da Beira Interior

Orientação: Rui Alberto Lopes Miguel e Álvaro Sampaio (EA-UM)



Additive manufacturing as a pillar of industry 4.0 has been playing a major role in emerging technologies in various economic sectors. In a post-pandemic world, the integration of articulated digital with automated manufacturing has frantically accelerated innovation, and catapulted 3D printing even further into the limelight, growing interest in the topic, resulting in a multitude of articles, news, and projects appearing daily. Even though there is this frenzy around the area, fashion remains at a disadvantage in this integration of additive manufacturing, even though the textile industry represents the third largest economy in the world.

Hence this investigation, which aims to emphasize the development of structures that can fit as textiles, and the consequent alteration of materials and processes associated with this technique in order to minimize human intervention, in a search for virtualization and automation of the production process, approaching one of the most neglected areas, since the introduction of this technology is constantly made only in accessories or in a more punctual or even conceptual use. The main objective will always be the creation of textiles that meet the requirements for everyday use.

Research has been focused on the best way to recreate textiles and their intrinsic prop-

erties, exploring everything from the design of the yarn, the composition of the materials, to the structures of the knits and fabrics and, consequently, the development of the process for the production of the integral piece. We are currently developing composite materials that incorporate the much desired absorption in this type of textiles.

The main advances have been made in the production capacity of increasingly flexible filaments, ranging from 60A to 10A, exploring different compositions and mixtures; the introduction of lyocell powder during the production of filament, in the integration of technology partially, such as stamped, embossed, trims and other manipulations. However, the objective is to advance more and more towards the development of integral parts and for this purpose the use of printed seams has been considered, a new printing system based on the method used by Shima Seiki with Wholegarment technology or even ultrasound sewing.

We have also tried to understand what is the best AM technology for the development of textiles or if there will be the articulation of several technologies to enable a more complete product. Although there is a long way to go, the results demonstrate a possibility of real implementation in the market, albeit gradual.



Webminar Moda e Tecnologia

04.06.2021

28

28. Projeto Interdisciplinar em Design I - UMinho

Na era do digital a moda acompanha os progressos tecnológicos, surgindo novos conceitos de vestir e novas formas de produzir vestuário.

Mas os têxteis nas suas características intrínsecas têm um papel ancestral. Ao longo do tempo deixaram marcas físicas que contam as histórias vividas por cada povo. Assim, na era do digital a tradição não se faz esquecida e importa encontrar formas de manter vivo todo um património cultural que é o património artesanal têxtil, que percorre desde os bordados, às técnicas de tecelagem e todo um conjunto de outras técnicas de design de superfície.

Este webminar dedicado ao tema **"Moda e Tecnologia"** procurou reunir designers, académicos e investigadores para um debate em torno dos atuais desafios que a tecnologia traz ao universo da Moda.

Foram convidados especiais, a designer **Luisa Mendes** que apresentou o seu projeto **"Embodiment Garment"** e a **Professora Doutora Alexandra Crouchinho** da ESART que abordou o tema da **"Herança Cultural - Projetos de Design de Moda"** com moderação da **Professora Doutora Inês do Amaral** da UMinho.

webminar

Moda e
Tecnologia

Luisa Mendes Arruda Designer

Luisa Mendes Arruda é natural de Vitória, Espírito Santo, Brasil. Aluna de doutoramento em Engenharia Têxtil pela Universidade do Minho/PT, e investigadora na Fibrenamics. Mestre em História e Crítica de Arte pela Universidade Federal do Espírito Santo e possui MBA em Gestão de Negócios pela Fundação Getúlio Vargas /BR. Luisa é designer de Moda, professora e pesquisadora com artigos publicados no Brasil e no exterior; membro da Abepem (Associação Brasileira de estudos e Pesquisas em Moda).

Designer para diversas marcas brasileiras do setor de calçados e do vestuário, com coleções apresentadas na semana de Moda de Vitória e na Casa dos Criadores.

Representante do estado do Espírito Santo no Colegiado Nacional de Moda do Conselho Nacional de Políticas Culturais do Ministério da Cultura (CNPc MINC), 2015/2017. Atualmente é uma, dos 2 designers, a representar Portugal no projeto europeu FUSION, assim como coordena trabalhos na área de Tecnologia Assistiva e têxteis inteligentes na organização norte americana Enabling the Future. Como investigadora e Designer suas áreas de interesse e especialização são: Wearable Technologies ; Têxteis inteligentes; Próteses; Tecnologia Assistiva e impressão 3D.

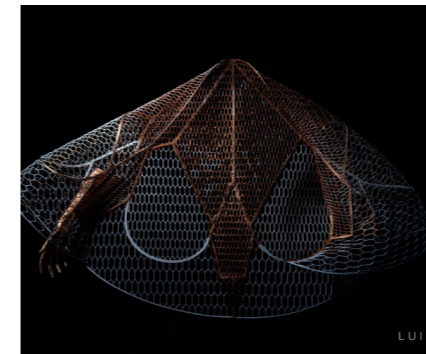
29. Luisa Mendes Arruda

30. Embodiment Garment prototype

31. Alexandra Crouchinho



29



30



Alexandra Crouchinho Prof. Invest.

Alexandra Crouchinho is a Full Professor and Researcher at the School of Communication, Architecture, Art and Information Technologies of the Lusófona University of Humanities and Technologies since January 2021.

She has been teaching in higher education in the area of Design, Fashion Design and Photography since 1999.

She is PhD in Textile Engineering - area of knowledge: Management and Design by the School of Engineering of the University of Minho with Dissertation on the theme: "Design - The continuous construction of skills", since 2009.

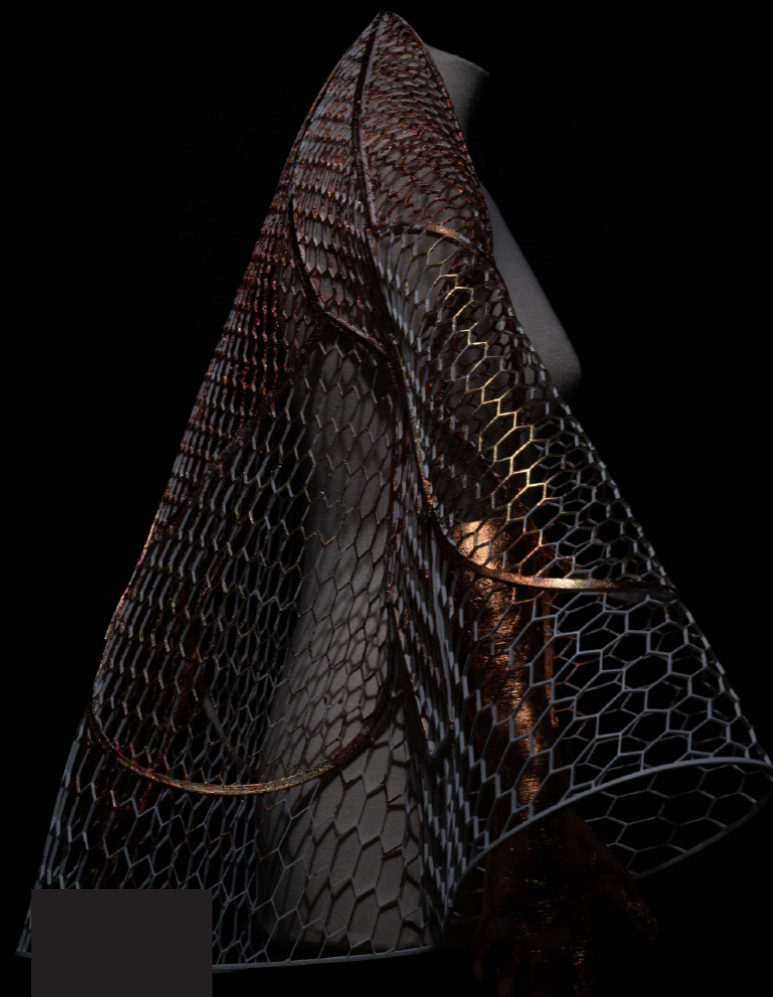
Since 2000, she has coordinated several initiatives in the area of Fashion, namely the organisation of Fashion Shows, both at the academic level and at the professional level with several national designers in the main fashion weeks.

Her line of research is directed towards Fashion Design - Production, Fashion Photography and Editorial, Contemporary Fashion Design, Cultural heritage and sustainability in fashion.

Neste seminário a Professora Doutora Alexandra Crouchinho abordou o tema da **Herança Cultural - Projetos de Design de Moda**.



31



32. Embodiment Garment by
Luisa Mendes

32

Embodiment Garment

O projeto apresentado tem como objetivo investigar formas de construir e tornar acessível, através do Design de Moda, dos Têxteis Inteligentes, e da impressão 3D, um protótipo de prótese híbrida de membro superior, integrado ao vestuário, que incorpora estruturas sensórias de base têxtil responsivas a 1 função relacionada às situações afetivas do amputado, mais precisamente ao aperto de mão.

O método para reconstrução do sistema sensório contempla sensores de pressão e temperatura como input tátil e sensores de electroestimulação como output de compreensão do referido ato, diretamente no corpo do amputado. Para além, o design da peça vestível - toda impressa pela tecnologia de modelação 3D por deposição de filamento - tem

como referência o sistema radicular e a modularidade das plantas, assim como seus mecanismos de memorização.

Este estudo distingue-se por ser o projeto de doutoramento da designer e investigadora Luisa Mendes Arruda, e compreende o Embodiment Garment: um conceito que traz à tona a prótese médica como um órgão vestível e individualizado do corpo em si. Um corpo que integra ao mesmo tempo o mecânico e orgânico, cultura e natureza, o simulacro e o original, ficção e vida. Um corpo aberto a imprecisões, assimetrias e diferenças, e que reconhece nelas sua totalidade.

@embodimentgarment (Instagram)

e-mail: luisamendesarruda@gmail.com

Palestras

pelos investigadores
dos centros associados

UMinho

Ana Cristina Broega Docente/invest.

Ana Cristina Broega é docente na Escola de Engenharia da Universidade do Minho e investigadora no 2C2T - Centro de Ciência e Tecnologia Têxtil, desde 1997, centro responsável pelo programa doutoral em Design de Moda na UMinho.

Doutorada em Engenharia Têxtil - Física Têxtil (Propriedades de Conforto) e Mestre em Design e Marketing pela Universidade do Minho. Professor Auxiliar, na Universidade do Minho, leccionando nas áreas de Design de Vestuário, Design de Acessórios (Design de Calçado) e Design de Moda. Diretora do Curso de Mestrado em Design de Comunicação de Moda. Os seus interesses de investigação centram-se no Conforto Têxtil, Sustentabilidade aplicada ao domínio do Design de Moda e Metodologias da Criatividade aplicadas ao Ensino do Design, com várias publicações nestas áreas. Diretora Geral do Congresso Internacional de Moda e Design (CIMODE 2012, 2014, 2016, 2018).



33

Inês Amaral Docente/invest.

Inês Amaral é docente convidada na Escola de Engenharia da Universidade do Minho e investigadora no 2C2T - centro responsável pelo programa doutoral em Design de Moda na UMinho.

Licenciada em Design e Marketing de Moda e mestre em Design de Comunicação de Moda pela Universidade do Minho. Desde 2016 é doutorada em Engenharia Têxtil (Ramo Gestão, Design e Marketing) pela mesma universidade. Tem como foco de investigação a área do design inclusivo e do design gráfico. Professora convidada na Universidade do Minho desde 2017 onde leciona nas áreas do design de comunicação e marketing de moda.



34



35

Álvaro Sampaio Docente/invest.

Álvaro Sampaio é docente da Escola de Arquitetura, Arte e Design da Universidade do Minho e investigador no Lab2Pt - Laboratório de Paisagens, Património e Território, unidade de I&D da Universidade do Minho centrada nas Ciências Sociais e Humanas, integrando uma vasta equipa de investigação de diferentes áreas científicas (Arqueologia, Arquitectura e Urbanismo, Design, Geografia, Geologia, História e Artes Visuais).

33. Ana Cristina Broega

34. Inês Amaral

35. Álvaro Sampaio



36

UMinho

Helder Carvalho Docente/invest.

Helder Manuel Teixeira Carvalho licenciou-se em Engenharia Electrotécnica e de Computadores na Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto e concluiu Mestrado e Doutoramento em Engenharia Têxtil na Universidade do Minho.

É Professor Auxiliar no Dep. Eng. Têxtil da Universidade do Minho desde 2004, tendo entrado na carreira em 1994. Trabalha em investigação na área da automação industrial, instrumentação e têxteis com eletrónica interativos, no Centro de Ciência e Tecnologia Têxtil, Universidade do Minho, Guimarães. Nos últimos anos tem desenvolvido trabalho nas diversas interfaces entre Design de Produto, Engenharia Têxtil e Engenharia Eletrotécnica, especialmente no que concerne ao Design de Moda e Design Têxtil. Nesse sentido, tem desenvolvido com alunos de Design trabalhos de desenvolvimento de novos produtos integrando tecnologia, que já resultaram em diversos protótipos e publicações.

36. Helder carvalho

37. António Dinis Marques



37

António Dinis Marques Docente/invest.

António Dinis Marques é docente na Escola de Engenharia da Universidade do Minho e investigador no 2C2T - centro responsável pelo programa doutoral em Design de Moda na UMinho.

Os seus interesses de investigação centram-se em Inovação, Competitividade, Economia Circular, Sustentabilidade, Design de Moda e Indústria Têxtil, Indústria 4.0, Redes Sociais e Marketing. António Dinis Marques é ainda CEO e fundador de uma startup portuguesa TO-BE-GREEN.



38



UBI

Rita Salvado Docente/invest.

Rita Salvado é Diretora do Museu de Lanifícios da Universidade da Beira Interior (UBI) desde dezembro de 2018. É Professora Auxiliar do Departamento de Ciência e Tecnologia Têxtil da UBI e coordenadora do Programa de Doutoramento em Design de Moda na UBI. Concluiu o doutoramento em Engenharia Têxtil em 2002 com a European Label (Portugal, França e Suécia).

A sua investigação centra-se na sinergia entre Engenharia Têxtil e Design, aplicada na tecnologia vestível e na valorização cultural. Está comprometida com a valorização colectiva da herança da lã e seu impacto no desenvolvimento local.

João Barata Docente/invest.

João Barata é professor convidado no Departamento de Ciência e Tecnologia Têxteis da Universidade da Beira Interior, Doutorado em Design de Moda em 2020 (UBI/UMinho).

Apresentou uma palestra sobre o seu estudo da influência dos contextos na criatividade dos Designers de Moda da Indústria Têxtil e do Vestuário Portuguesa.

39



40



41



José Vicente Docente/invest.

José Vicente é doutorado na área do Design Sustentável e Licenciado em Design pela Faculdade de Arquitetura Universidade Técnica de Lisboa. Investigador na área do design e sustentabilidade desde 2006. Membro integrado do LABCOM - Comunicação e Artes / UBI e membro colaborador do CIAUD. Colaborou no passado com a UNIDCOM e o CIESG. Professor Auxiliar na UBI/ Universidade da Beira Interior, onde é Diretor do Mestrado em Design Industrial. Trabalhou na CSA/ Cascais School of Arts & Design; no IADE/ Universidade Europeia; e na ESG/ Escola Superior Gallaecia. Foi Designer Sénior na Almadesign e membro da Direção da Associação Portuguesa de Designers.

Flávio Almeida Docente/invest.

Licenciado em música pelo Instituto de Artes da UNESP, mestre em design e cultura visual pelo IADE e doutorado em design pela Faculdade de Arquitetura da Universidade de Lisboa. Possui criações e atuações nas áreas da música, design visual, produção audiovisual, instalação e multimídia. Leciona nas áreas do design, audiovisual e cultura visual desde 2009 e tem como interesses de investigação temas nos domínios do Design gráfico, Cultura visual, Análise de imagens, Audiovisual, Vídeo Jogos, Cultura gráfica japonesa e Música. ORCID: 0000-0002-5228-8099 website: www.flavioalmeida.eu

38. Rita Salvado

39. João Barata

40. José Vicente

41. Rafaela Norogrando

UBI

Mónica Romãozinho Docente/invest.

Ana Romãozinho é arquiteta (1999, FA-UTL) e Professora na Universidade da Beira Interior. Doutorada em Design (2013, FA-UTL) e Mestre em Design (2007, FA-UTL). Investigadora no CIAUD e LABCOM - Comunicação e Artes / UBI. Com publicações recentes nos domínios da joalheria contemporânea e da História do Design. Últimas exposições: XXI Bienal Internacional de Arte de Cerveira, 2020; 'Anti Virus', Tincal Lab, 2020; 'Possible but Improbable Spaces: From space to the materialized jewel', Fábrica da Criatividade, 2019.

Mónica Romãozinho e Rafaela NoroGrando apresentaram em conjunto o seminário "História do Design: Background criativo e inspiracional para o Design de Acessórios" a 11.06.2021 cuja sinopse se apresenta nas próximas páginas



42

42. Mónica Romãozinho

43. Flávio Almeida

Rafaela NoroGrando Docente/invest.

Doutora em Design pela Universidade de Aveiro e mestre em Antropologia Social e Cultural pela Universidade de Coimbra. Trabalhou 9 anos na indústria da moda como shoe designer e investigadora. Possui especializações em Marketing e Gestão Empresarial (MBA), Design de Produto e Moda e Comunicação: Arte e Cultura. Tem publicações sobre museus de moda, exposições, bem como sobre temas como identidade, comportamento, moda e cultura. Em 2012 lançou o blog "1 Material: Moda. Museu. Cultura. Sociedade. Património. Humanidade", onde expõe trabalhos científicos e outras comunicações. Desde 2015 atuou como docente no ensino superior em Portugal. Atualmente é Professora Auxiliar da Faculdade de Artes e Letras da UBI e Diretora da Licenciatura em Design de Moda.



43



História do Design: Background criativo e inspiracional para o Design de Acessórios

Mónica Romãozinho & Rafaela Norogrande

Que respostas poderemos encontrar no passado sobre o presente quando a configuração de acções e acontecimentos do momento parece tão volátil e instável?

¹

Também John A.Walker (1938), crítico de arte e historiador, afirmaria a importância de antes de mais, reconstruir os sentidos e significados que os bens projectados têm para as pessoas para quem foram produzidos, mas também traçar a sua história subsequente e considerar os seus significados, se ainda existirem, para as pessoas no presente.² O passado e o que este significa para as pessoas no presente, não numa perspectiva de incentivar revivalismos de fácil reconhecimento, pode ajudar o designer a inscrever cada projecto num quadro de relações de continuidade e a compreender o comportamento social e imaginário colectivo do seu público alvo: O conhecimento acerca do passado pode servir, deste modo, como crítica das condições presentes; pode fazer com que o presente pareça menos imutável. (...) Na realidade, o presente é parte de um processo histórico em curso; na verdade o presente é o culminar de um processo histórico.³ Apresentaremos Estudos de Caso representativos de projectos de acessórios de moda que reflectem a operatividade da investigação numa perspectiva da história do Design para os designers que projectam no contexto económico e social contemporâneo.

Por um lado, a tese de Rafaela Norogrande reforça as componentes materiais e imateriais dos objetos de design de moda por etapas distintas da relação com as pessoas e processos e fomenta uma revisão de sua compreensão pela perspectiva dos designers. A tese de Aurora Brochado sobre o design de calçado em Portugal contribui para este registo analítico do objeto e de sua relação projetual, histórica, territorial, sócio-económica e subliminar sobre o entendimento de moda e designers de calçado. O último projecto, da autoria de Mónica Romãozinho, inscreve-se na área da joalheria contemporânea e integrou uma investigação de pós-doutoramento em Design. Intitula-se "Playful spaces" e afasta-se de referências explícitas a antecedentes históricos, inscrevendo-se contudo numa linha de continuidade face à filosofia de peças de joalheria multifuncionais desenvolvidas no passado por Coco Chanel ou pela casa Van Cleef & Arpels.

¹ Victor Margolin - Design in History. Design Issues. Vol.25, n.º2 (30 Março 2009), p.100.

² John A. Walker - Design History and the History of Design. London: Pluto Press, 1989, p.75.

³ Victor Margolin - Design in History. Design Issues. Vol.25, n.º2 (30 Março 2009), p.94.



44



45

Photo by Justin Barthelemy
www.justinalexanderbarthelemy.com

Seminários de investigação em Design de Moda 2021

Na investigação, no ensino e na prática do design encaramos um futuro onde se impõem novos rumos, novas oportunidades, novas ferramentas e tecnologias, mas com uma visão cada vez mais próxima das pessoas e das comunidades.

Importa hoje olhar para o Design de Moda desde outras abordagens, pesquisar novas formas de fazer, pensar e exercer o Design de Moda para criar uma amanhã mais positivo.

Joana Cunha





2C2T

Centro de Ciência e Tecnologia Têxtil

Programa Doutoral em Design de Moda

Escola de Engenharia | Universidade do Minho

Campus de Azurém

Guimarães

Julho 2021

