

Review Paper

DOI: 10.53681/c1514225187514391s.34.268



SABRINE I. RISSON¹
Conceitualização / Investigação,
Escrita – Rascunho Original
Orcid: 0009-0005-5513-5994



CLÁUDIA I. S. PINHEIRO²
Supervisão
Orcid: 0000-0002-4979-3908



BRUNO M. C. REIS^{2,3}
Metodologia / Análise Formal
Orcid: 0000-0001-6420-8781

RESUMO

Impulsionados pelas demandas da sociedade e pela crescente preocupação global, tanto em questões climáticas quanto sociais, alguns designers e marcas do setor da moda estão adotando práticas mais conscientes em relação ao ambiente e aos direitos humanos. O objetivo deste estudo é analisar o envolvimento dos jovens designers de moda e suas manifestações de ativismo no processo criativo. A pesquisa apresenta uma breve abordagem do contexto da sociedade portuguesa e do ativismo na moda, seguida por uma investigação exploratória que utiliza a abordagem metodológica qualitativa, com recurso a entrevistas em profundidade, nas quais se investigou o processo de socialização dos participantes e a relação que estabeleceram com a moda. Assim como o processo criativo e a sua relação com as diferentes dimensões da sustentabilidade, a fim de compreender o posicionamento e envolvimento desses designers.

ABSTRACT

Driven by society's demands and growing global concern, both in climate and social issues, some designers and brands in the fashion sector are adopting more conscious practices about the environment and human rights. This study aims to analyze the involvement of young fashion designers and their manifestations of activism in the fashion creative process. The research presents a brief approach to the context of Portuguese society and fashion activism. Moreover, it is followed by an exploratory investigation that uses a qualitative methodological approach, using in-depth interviews, in which the socialization process of the designers and the relationship they established with fashion. As well as the creative process and its relationship with the different dimensions of sustainability, to understand the positioning and involvement of these designers with activist aspects.

PALAVRAS-CHAVE

Designers de Moda; Ativismo; Posicionamentos.

KEYWORDS

Fashion Designers; Activism; Positionings.

Correspondent Author:
Sabrine Risson,
Rua Azedo Gneco, 11, 6200-176,
Covilhã, Portugal,
risson.sa@gmail.com

Submission date:
02/02/2024
Acceptance date:
19/10/2024

1. INTRODUÇÃO

De acordo com Lipovetsky (2009), moda é um fenómeno efémero, temporal, cultural e antropológico. O autor aborda uma perspetiva profunda e abrangente sobre a moda, sujeita às mudanças frequentes que refletem períodos temporais, económicos e políticos da sociedade. Segundo o sociólogo Godart (2010), a moda está em constante movimento e construção. Além de representar uma atividade económica significativa, constitui uma manifestação artística e um fenómeno social situado entre a indústria e as artes. Torna-se crucial examinar esse sistema e compreender a influência que exerce sobre todos os participantes, seja na produção ou consumo, assim como nos seus impactos na sociais e ambientais.

Este estudo aborda a moda como movimento e criadora de mudanças que contribuem para uma sociedade mais sustentável a nível social, ambiental e económico. De acordo com Camargo & Freire (2017), o ativismo pode ser um catalisador para a moda sustentável, além do aspecto industrial. O objetivo principal desta investigação é compreender o envolvimento e o posicionamento dos jovens designers de moda portugueses com vertentes ativistas em seu processo criativo.

No que se refere ao estado da arte, procurou-se reunir informações documentais e científicas para o embasamento teórico. Adotando uma abordagem qualitativa de natureza exploratória, a pesquisa utilizou a técnica de entrevistas em profundidade, visando aprofundar e compreender o discurso dos jovens designers de moda. É relevante destacar que este artigo apresenta parte dos resultados obtidos na pesquisa realizada para a dissertação de mestrado de uma das autoras.

1.1. Problema

De acordo com Mazzarella et al., (2019, p. 04), existem indícios de que os designers estão assumindo um papel relevante associado ao ativismo. No entanto, percebe-se uma lacuna na literatura em relação a essa temática a nível nacional, destacando a necessidade de uma investigação, particularmente no contexto português. Com a finalidade de aprofundar a compreensão do sistema de moda, sobretudo pela perspetiva dos jovens designers. Por isso, ao longo do estudo busca-se responder à questão norteadora: De que modo os jovens criadores e designers de moda em Portugal incorporam, na sua prática criativa e/ou discurso, um manifesto e compromisso social, político, ambiental?

A pesquisa busca explorar as percepções, posicionamentos, envolvimento, desafios e expectativas dos jovens criadores e designers de moda em Portugal. Almeja-se contribuir para uma compreensão mais aprofundada do crescente ativismo de design e da sua capacidade de abordar questões sociais e contemporâneas relevantes (Fuad-Luke, 2009, p. 01). Busca-se, ainda, destacar o potencial que a moda pode ter como ferramenta de mudança social e cultural, e a necessidade de responsabilidade e consciência dos criadores.

2. ESTADO DA ARTE

2.1. Breve contexto da moda em Portugal

O período ditatorial de Salazar condicionou o desenvolvimento da produção de moda no país, o clima social e político não era conveniente a expressão de novos valores no campo cultural e das artes (Duarte, 2004; Teixeira 2000). Apenas, após a revolução de 25 de abril de 1974, com a restauração da democracia no país, a indústria e a criação de moda passaram por uma reestruturação significativa, incorporando o pronto a vestir nas lojas e conferindo maior competitividade e diversidade cultural ao mercado (Rodrigues, 2021 apud Cardim, 2014). As pessoas puderam expressar-se livremente, afirmar-se através do vestuário, provocar atitudes e valores coletivos (Duarte, 2004). Um evento marcante para a moda em Portugal, foi as “Manobras de Maio”, em 1986, que

consistia em um enorme desfile de moda coletivo e público (Silvano, 2021a). As Manobras de Maio marcaram profundamente as décadas seguintes, sendo realizadas nas ruas do centro histórico de Lisboa e fomentando o surgimento da semana de moda de Lisboa. Um movimento/manifestação que agitava a cidade despertando arte e moda, com uma vertente disruptiva para o período e a sociedade conservadora. O ensino institucionalizado de artes e design desenvolveu-se, com a criação dos primeiros programas de design nas Escolas de Belas-Artes (Costa et al., 2020).

A partir da década de 1970 o conceito de sustentabilidade começou a ganhar destaque na agenda internacional. Segundo Fuad-Luke (2009, p. 24) o conceito de sustentabilidade abrange três dimensões: a ambiental, envolvendo a integridade ecológica; a econômica, que busca fontes seguras e transparentes de subsistência; e a social, que visa respeitar os direitos humanos, trabalhistas e culturais, promovendo relações saudáveis entre todos os envolvidos. Apesar da indústria da moda e do mercado estarem direcionados para a produção de artigos mais sustentáveis até 2030, a implementação de práticas sustentáveis depende de vários fatores, “dos níveis educacionais e consciência ambiental, e rendimentos dos consumidores, que, mesmo nos países desenvolvidos permanecerão prevalecentes ainda por muito tempo” (Agis et al., 2021, p. 11). Para isso, foi desenvolvido pela ONU um plano de ação para enfrentar desafios globais, promover o desenvolvimento sustentável para as pessoas e para o planeta (BCSD Portugal, 2022). Devido ao papel significativo que a moda desempenha na sociedade, na economia global e local, na cultura e no ambiente, consideramos importante estabelecer conexões entre os ODS (Objetivos de Desenvolvimento Sustentável) da Agenda 2030 e o contexto português.

2.2. Contexto do ativismo e sua relação com a moda

Inicialmente, é necessário compreender a estruturação do ativismo para perceber qual a sua contribuição para a moda. Müller (2019, p. 42 a 63) destaca a falta de um consenso universal para definir o ativismo, dada a sua subjetividade e influências contextuais, como a localização geopolítica, o espaço temporal e cultural, além de instintos psicológicos e sociobiológicos dos indivíduos. Contudo, o conceito ganha características contemporâneas, expressa um envolvimento pessoal em ações que promovem mudanças políticas e sociais. Martin (2007, p. 01) destaca que “o ativismo é uma ação em nome de uma causa”. Dessa forma, ele não pode ser categoricamente classificado como algo intrinsecamente positivo ou negativo, visto que existem diversas formas de expressá-lo. Envolver-se como ativista demanda uma alteração de mentalidade centrada em ações (Mazzarella et al., 2019, p. 04). No âmbito do design, Fuad-Luke (2009, p. 27), define o ativismo de design como o “pensamento, imaginação e prática de design aplicados consciente ou inconscientemente para criar uma contra narrativa destinada a gerar e equilibrar mudanças sociais, institucionais, ambientais e/ou econômicas positivas”. Esse posicionamento pode contribuir para transformar o sistema, o comportamento das pessoas e promover um bem social maior. “Os movimentos cívicos das últimas décadas do século XX se centraram na questão das políticas identitárias, o século XXI tem sido marcado pelas questões de diversidade e da inclusão social” (Silvano, 2021b, p. 161). Podemos observar esse período de transformação da sociedade portuguesa após o 25 de abril, quando surge as manifestações de ativismo através da moda, com o movimento das “Manobras de maio”.

Lange (2019, p. 05), aponta que o ativismo pode apresentar-se de várias formas, inclusive de maneira “silenciosa”, como no caso do artesanato na moda, uma vez que ele contesta as normas de produção industrial mecanizadas predominante, atuando como um ato de resistência ao sistema que faz parte de uma produção humanizada. Essa forma de ativismo pode contribuir para a sustentabilidade na moda, pois envolve as pessoas fazendo com que percebam as suas responsabilidades, encontrem formas alternativas de produção e uso e podem promover mudanças no sistema da moda de forma mais conscientes (Mazzarella & Black, 2022, p. 07).

O maior movimento de ativismo na moda é o *Fashion Revolution*, que busca contribuir para o crescimento de uma produção e consumo mais responsável e uma moda mais ética. Seu objetivo principal é promover mudanças no setor, com foco na transparência, respeito e sustentabilidade (*Fashion Revolution*, 2023). Apontamos a importância de uma mudança de prioridades tanto dos consumidores como dos criadores. “Para isso é preciso fazer moda com propósito. Moda além da roupa. Moda a favor das pessoas e do planeta” (Carvalhal, 2016, p. 58). É nessa perspectiva que busca-se entender o papel dos profissionais ligados a moda em Portugal.

3. METODOLOGIA

O estudo tem como foco a análise do envolvimento dos jovens designers de moda em Portugal. Com base nos discursos, busca-se compreender a relação e o impacto que podem exercer na sociedade. Utilizamos a abordagem metodológica de pesquisa qualitativa, considerando que uma das principais vantagens dessa metodologia reside na sua capacidade de investigar, de forma aprofundada e detalhada, as sutilezas presentes nos processos sociais (Pachá & Moreira, 2022, p. 167). Essa abordagem está alinhada com objetivo principal, que é perceber o envolvimento e o posicionamento dos jovens designers, levando em consideração as singularidades de cada criador e suas manifestações na moda.

A técnica adotada para a recolha dos dados foi a realização de entrevistas em profundidade, com perguntas de resposta aberta. Esse tipo de entrevista, comumente utilizado em pesquisas sociais, permite uma abordagem mais aprofundada na obtenção de informações (Santiago et al., 2012). A amostra foi selecionada com critérios específicos, visando incluir criadores que contribuam para a moda nacional, finalistas e participantes das últimas edições dos concursos Sangue Novo e Bloom, das semanas de moda de Portugal.

Para conduzir a investigação de forma rigorosa, organizada e teoricamente fundamentada, desenvolvemos um modelo de análise (Tab. 1), dividido em duas dimensões de análise. Na primeira, exploramos a sensibilização do designer, reconstruindo o seu processo de socialização, e, na segunda, verificamos em que medida o posicionamento ativista está presente no processo criativo. Este modelo, inspirado no estudo de Reis & Magos (2022, p. 328), proporciona uma compreensão mais profunda da dinâmica social, do processo criativo, das expectativas e percepções dos designers

Tab. 1
Modelo de Análise da
Investigação.
Fonte: Risson, 2023.

Envolvimento dos jovens designers de moda em Portugal: processo criativo e a relação da moda com vertentes ativistas

Dimensões	Objetivos específicos	Indicadores
Consciencialização do designer	Analisar o trajeto biográfico dos criadores para entender o que determinou seu envolvimento ou não. Perceber qual a contribuição da formação académica para os seus posicionamentos.	Dinâmicas de socialização do ativismo. Como se constituiu a relação com a moda. Impacto da formação académica na conceção social da moda.

<p>Ativismo pela moda</p> <p>Analisar as ações dos designers e identificar os principais desafios enfrentados para incorporar práticas sustentáveis e ativistas em seu processo criativo.</p> <p>Avaliar como os designers equacionam que as suas práticas podem gerar impacto na promoção da sustentabilidade, direitos humanos e justiça social na moda.</p>	<p>Processo criativo como manifestação de ativismo ou não.</p> <p>Expectativas e percepções dos criadores em relação ao seu posicionamento e a moda em Portugal.</p>	<p>Tab. 1 (continuação) Modelo de Análise da Investigação. Fonte: Risson, 2023.</p>
---	--	--

A pesquisa foi realizada em Portugal, com a participação de oito designers de moda que participaram dos concursos Bloom e/ou Sangue Novo, nas edições de 2020 a 2023. A recolha dos dados ocorreu por meio de entrevistas em profundidade, realizadas online, via Zoom ou por chamadas telefónicas. Os dados obtidos foram transcritos, codificados e submetidos a análise de conteúdo conduzida com o suporte do *software NVivo*, a qual permitiu organizar e interpretar os discursos com base na revisão bibliográfica. Para preservar a identidade dos entrevistados, estes foram codificados por letras e números, iniciando em E1, E2 e assim sucessivamente até E8. A amostra é composta por designers portugueses, com faixa etária compreendidas entre os 23 a 34 anos, onde quatro identificam-se com o género feminino, três com o género masculino e um como não-binário. Todos possuem formação superior ou profissionalizante na área de moda.

Na primeira parte das entrevistas, realizou-se uma breve aproximação ao método de entrevista biográfico, onde explorou-se o processo de socialização e a relação do designer com a moda. Posteriormente, na segunda etapa, optou-se por conduzir entrevistas em profundidade, com perguntas específicas voltadas para a compreensão do processo criativo no presente. Os resultados, serão apresentados juntamente com a análise e discussão correspondentes.

3.1. Análise e Discussão

No que se refere a socialização e a relação com a moda, a análise dos depoimentos dos designers revela que todos os entrevistados estiveram envolvidos em atividades artísticas e criativas desde a infância, tendo recebido uma educação artística. A maioria deles foram influenciados predominantemente por suas famílias, frequentemente associadas à moda ou a outras áreas artísticas. Isso evidencia que a educação e a família exercem um papel crucial no processo socialização e na formação da relação de cada um com a moda.

“Eu diria que é muito uma ambiguidade e multivalência das referências que eu tenho no dia-a-dia. E nas reflexões que estão surgindo numa constante análise do cotidiano. E, portanto, eu acho que todo o processo que tive até agora, desde se calhar quando era mais criança, o mundo que eu construo enquanto artista acaba por ser uma reflexão de todos os meus pensamentos dentro desse percurso” (E6).

No que diz respeito à consciencialização e à preocupação com alguma causa ou vertente de ativismo, a maioria dos entrevistados demonstrou algum grau de envolvimento. Foi observado que a maioria deles expressa uma preocupação em relação à sustentabilidade ambiental e social (E2, E3, E4, E6 e E7). Percebe-se que a componente ambiental é preponderante para todos, mas também são evidenciadas preocupações sociais: “Imagina, eu acho que social haverá sempre, pelo menos da minha parte. Eu sendo uma pessoa gay e estando constantemente preocupado, no sentido de querer afirmar questões LGBT” (E4). Um fator importante a ser considerado é o envolvimento dos criadores em movimentos ou ações de caráter social, sobretudo ligados à comunidade LGBTQIAPN+. Este dado sugere uma possível correlação entre a orientação

sexual e o envolvimento em questões de caráter social, indicando maior sensibilidade para o caráter social.

Em relação à contribuição da formação académica para o posicionamento dos criadores, os participantes apontam que as questões de sustentabilidade geralmente estão associadas à dimensão ambiental, enquanto as questões sociais não recebem a mesma atenção. Um deles relata: “as questões sociais, não! Eu acho que isso não é falado, não é sequer equacionado, não é sequer uma questão para muita gente” (E4). Percebe-se com base nas informações obtidas, que, embora a temática da sustentabilidade, tanto no âmbito social quanto ambiental, esteja ganhando crescente relevância, ainda são temáticas com pouca abordagem em algumas instituições de ensino, seja superior ou profissionalizante. Especialmente na área de moda, que consome e utiliza tantos recursos e envolve diversos setores da sociedade, a incorporação desta temática é fundamental para o meio académico e para os futuros profissionais. Por tanto, observa-se a necessidade de ajustar o foco académico e profissional do design para incorporar as demandas atuais do planeta e da sociedade (Costa et al., 2020). É crucial abordar essas temáticas de forma ampla no sistema de ensino, criar condições e permitir que os novos profissionais alinhem a teoria e a prática em prol de melhorias.

Constatou-se que o fator determinante para o posicionamento dos designers, segundo os relatos, parte primeiramente do interesse pessoal. Percebeu-se que a abordagem de questões ativistas na universidade depende das relações interpessoais estabelecidas, do esforço individual e do interesse em definir prioridades e valores com os quais desejam trabalhar. Sendo assim, uma escolha de inteira responsabilidade e consciência dos designers no processo criativo (Carvalhal, 2016, p.80). Possivelmente, o interesse pessoal desempenha um papel essencial na definição dos seus posicionamentos, devido aos seus princípios e valores. No entanto, Mazzarella et al., (2019) aponta no seu estudo que trazer mais conhecimento e incentivar o pensamento crítico dos alunos, contribui significativamente para instigar novas possibilidades, envolvimentos e posicionamentos. Assim como, pode contribuir para uma moda sustentável.

Ainda no âmbito académico, investigou-se qual o conceito de moda para os entrevistados, percebe-se uma conceção subjetiva e multifacetada. Enquanto alguns veem a moda como uma forma poderosa de expressão pessoal e aceitação da diversidade, outros são críticos em relação à sua superficialidade. Essas percepções estão alinhadas com conceitos abordados por Lipovetsky (2009) e Godart (2010), que destacam a moda como um fato social profundamente ligado à identidade individual e às mudanças sociais na sociedade moderna.

Quanto ao processo criativo e a manifestação de ativismo, o que se destaca são múltiplos estímulos e elementos, sejam culturais, históricos, seja uma notícia, uma referência visual, música, uma peça de museu ou o trabalho de determinado designer. O que sobressai são as questões de género ligadas à comunidade LGBTQIAPN+ e à cultura no sentido de mostrar e valorizar a sua própria cultura, seja portuguesa ou outra, cruzar tradições ou abordar algumas que são mais fragilizadas. Quanto às dificuldades o que se destaca como mais relevante é a dificuldade em manter um equilíbrio entre o comercial, artístico e conceitual.

No âmbito da sustentabilidade, observou-se que todos os entrevistados manifestam a preocupação com a sustentabilidade ambiental, adotando práticas como seleção de materiais menos prejudiciais, a reutilização de materiais existentes e o aproveitamento de desperdícios. Para alguns criadores a sustentabilidade, inicialmente não era uma preocupação, mas devido à escassez de recursos pessoais, acabaram por adotar técnicas e métodos de trabalho que consideram a sustentabilidade. E posteriormente, o que foi uma necessidade inicial transformou-se em um princípio, integrando-se aos seus valores e a uma produção mais responsável.

No que diz respeito à sustentabilidade social, observou-se que todos os jovens designers adotam o modelo de produção *slow fashion* ao criar para suas próprias marcas. Destaca-se a preocupação em produzir localmente, utilizando materiais nacionais, ressaltam que Portugal é um país com direitos aos trabalhadores. Essa abordagem reflete uma tendência pós-pandemia, destacada por Agis et al., (2021, p. 54 - 61), com a valorização do nacional tanto pelo consumidor quanto pelos criadores, impactando positivamente a responsabilidade social e ambiental na moda.

Alguns designers mencionam que apreciam trabalhar com técnicas e materiais artesanais, como o crochê, o trico, favos, bordados, a talagarça e outros. Os autores Lange (2019, p. 05) e

Mazzarella & Black (2022, p. 05), abordam essas práticas como uma manifestação de “ativismo silencioso”, contestando a produção industrial, visando uma valorização cultural, manual e de envolvimento com a comunidade, muitas vezes ocorrendo de forma inconsciente. Em relação à moda em Portugal, os designers reconhecem que, em termos produtivos, o país possui uma boa reputação, preocupando-se com a sustentabilidade, a origem dos materiais e as formas de produção. Conforme indicado pelo Instituto Nacional de Estatística (BCSD Portugal, 2022), essas práticas estão alinhadas com os ODS.

Os designers expressam uma visão crítica em relação à cultura de consumo e às semanas de moda nacionais. Como criadores, sentem falta de valorização da moda de autor pelos consumidores portugueses, destacando que o apoio nacional geralmente surge após a validação internacional. Estes fatores prejudicam diversas esferas e impactam o crescimento da moda nacional. Provavelmente seja um reflexo do contexto histórico português da moda.

Sobre as expectativas para o futuro, alguns estão otimistas em relação ao possível crescimento e reconhecimento da moda portuguesa no contexto global. No entanto, uma minoria adota uma visão mais pessimista, alegando falta de apoio, desvalorização e sem perspetivas para as áreas criativas no país. Ressaltam o potencial produtivo das indústrias em termos técnicos. Todos compartilham o desejo individual de crescimento e visibilidade, seja por meio de abordagens criativas ou sustentáveis, que contribuem para a diversidade, equidade e dinâmica do sistema da moda nacional.

4. CONCLUSÃO

A abordagem exploratória revela que a moda é um fenômeno social, de comunicação, de envolvimento e de diferentes formas de expressão. É possível verificarmos uma transformação do ativismo em Portugal, que inicialmente continha uma vertente de natureza política mais vincada e atualmente incorpora questões de diversidade e inclusão. E a moda, enquanto mecanismo cultural e contemporâneo, é lugar de expressão dos conflitos e ideias emergentes (Silvano, 2021b).

Analizando os discursos dos designers, conclui-se que existe um grau de compromisso variável, destacando-se sensibilidades mais acentuadas em temas sociais, especialmente relacionados a questões de gênero e cultura. Os designers expressam o desejo de continuar a abordar temáticas responsáveis e conscientes socialmente, além de procurar minimizar os efeitos do impacto ambiental causado pela moda.

Constatou-se que eles procuram, essencialmente, usar a moda para questionar, relevar a sua identidade, levantar questões e gerar reflexões. Esse posicionamento consciente está alinhado com os valores pessoais dos designers. As suas criações e ações, podem contribuir para a sustentabilidade e a consciencialização das pessoas, seja na promoção de uma causa, no apoio a grupos sociais invisibilizados ou marginalizados pela sociedade ou na promoção de práticas de produção mais responsáveis.

Propõe-se para futuras pesquisas verificar como esses discursos se refletem efetivamente nas criações dos designers. Outras variáveis, como a orientação sexual, podem ser exploradas para compreender áreas específicas de envolvimento. Recomenda-se uma análise mais aprofundada e ampla, possivelmente utilizando uma metodologia mista, para uma compreensão mais holística do ativismo de design no contexto da moda em Portugal.

BIBLIOGRAPHIC REFERENCES

- Agis, D., Vaz, P., & Dinis, A. P. (2021). *Visão Prospetiva e Estratégias ITV2030 Contributo para um Plano Estratégico para o Setor Têxtil e Vestuário Português até 2030*. Edição Conteúdos PAMÉSA Consultores. Associação Têxtil e Vestuário de Portugal. <https://atp.pt/wp-content/uploads/2021/07/Estudo-2030-digital.pdf>
- BCSD Portugal. (2022). *Objetivos de Desenvolvimento Sustentável*. Recuperado em 19 de maio, 2023, de <https://ods.pt/ods/>
- Camargo, C., & Freire, K. (2017). Ativismo: um catalisador para a moda sustentável? *13º Colóquio de Moda*, 1–12.
- Carvalhal, A. (2016). *Moda com propósito: manifesto pela grande virada* (1a). Estação das Letras e Cores.
- Costa, N., Branco, V., Costa, R., Borges, A., Modesto, A., Silva, C., & Cunca, R. (2020). Towards a design observatory: the case of scholarly design research in Portugal. *Proceedings of the Design Society: DESIGN Conference*, 1, 827–836. <https://doi.org/10.1017/dsd.2020.327>
- Duarte, C. L. (2004). *Moda*. Quimera Editores, Lisboa.
- Fashion Revolution. (2023). *Sobre*. <https://www.fashionrevolution.org/about/>
- Fuad-Luke, A. (2009). *Design Activism*. Earthscan.
- Godart, F. (2010). *Sociologia da Moda*. Senac.
- Lange, S. (2019). Craft as a fashion activist practice. *Scope*, 17, 32–40. <https://doi.org/10.34074/scop.1017015>
- Lipovetsky, G. (2009). *O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas*. Companhia de Bolso.
- Martin, B. (2007). Ativismo, social e político. *Encyclopedia of Activism and Social Justice*. <https://www.bmartin.cc/pubs/07Anderson.html>
- Mazzarella, F., & Black, S. (2022). Fashioning Change: Fashion Activism and Its Outcomes on Local Communities. *Fashion Practice*. <https://doi.org/10.1080/17569370.2022.2095729>
- Mazzarella, F., Storey, H., & Williams, D. (2019). Counter-narratives Towards Sustainability in Fashion. Scoping an Academic Discourse on Fashion Activism through a Case Study on the Centre for Sustainable Fashion. *Design Journal*, 22(sup1), 821–833. <https://doi.org/10.1080/14606925.2019.1595402>
- Müller, N. (2019). A representação do conceito de ativismo nos programas de informação dos canais de serviço público de televisão em Portugal. *Interações: Sociedade e as Novas Modernidades*, 36, 40–71. <https://doi.org/10.31211/interacoes.n36.2019.a2>
- Pachá, P., & Moreira, L. V. de C. (2022). Entrevista narrativa como técnica de pesquisa. *Synesis*, 14(1), 157–168.

Reis, B. C., & Magos, S. R. (2022). *Escutar música na era streaming, um estudo exploratório com jovens portugueses e mexicanos*. In J. R. Araújo, P. C. López López, & I. P. Rivera (Eds.), Política, sociedad y tecnologías (pp. 321–342). Tirant Lo Blanch.

Risson, S. I. (2023). *Moda e ativismo: Um estudo exploratório do envolvimento dos jovens criadores e designers de moda, em Portugal*. [Dissertação de mestrado, Universidade da Beira Interior]. uBibliorum. <http://hdl.handle.net/10400.6/13925>

Rodrigues, M. A. (2021). *Consumo de moda sustentável em Portugal: Uma análise do discurso à prática*. [Dissertação de mestrado, Universidade da Beira Interior]. uBibliorum. <http://hdl.handle.net/10400.6/12004>

Santiago, L. V., Oliveira, N. B., Bulhões, A. M. C., & Simões, A. C. (2012, December). Representações sociais do corpo: um estudo sobre as construções simbólicas em adolescentes. *Revista Brasileira de Educação Física Esporte*, 627–643.

Silvano, F. (2021a). Quando as roupas habitam a cidade: as *fashion weeks* e a transmutação ritual dos lugares. *Revista Latitude*, vol. 15, n. 2, p. 30-50. <https://doi.org/10.28998/lte.2021.n.2.13122>

Silvano, F. (2021b). *Antropologia da Moda*. Documenta.

Teixeira, M. B. (2000). *A moda do século - 1900-2000*. Museu Nacional do Traje. Lisboa.

BIOGRAPHY

Sabrine Risson

Sabrine Risson é mestre em Design de Moda pela Universidade da Beira Interior (2023). Licenciada em Design de Moda e Têxtil pelo Instituto Politécnico de Castelo Branco (2021). Participou de formações técnicas ligadas a modelagem e a sustentabilidade na moda no Modatex e no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul. Seus interesses de pesquisa incluem: moda, sustentabilidade, design, ensino, sociedade e comunicação.

Cláudia Pinheiro

Cláudia Pinheiro é Doutora em Engenharia Têxtil pela Universidade da Beira Interior desde 2018. Professora Auxiliar Convidada no Departamento de Ciência e Tecnologia Têxtil (UBI) e Professora Adjunta Convidada na Escola Superior de Artes Aplicadas (ESART). É membro da Comissão Científica, da Comissão de Creditação e Comissão de organização da Licenciatura em Design de Moda (UBI), membro da comissão científica do curso de Tecnologia e produto de Moda Sustentável (UBI) e investigadora integrada na unidade de investigação na FibEnTech e no LABCOT.

Bruno Reis

Bruno Reis é Doutor em Ciências Sociais pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo e Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidad Rey Juan Carlos de Madrid. Professor Associado no Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade Autónoma de Lisboa (UAL), onde ocupa os cargos de subdiretor e responsável ERASMUS. Coordena o Doutoramento em Media e Sociedade no Contexto da Comunidade dos Países de Língua Portuguesa e coordena o Núcleo de Investigação em Práticas e Competências Mediáticas (NIP-C@M). É membro eleito no Conselho Científico e no Conselho Pedagógico da UAL.

Colabora como professor convidado no Mestrado de Comunicación y Cultura Digital (UAQ/México) e no Departamento de Sociologia da Universidade da Beira Interior (UBI). É investigador integrado no LABCOT (UBI) e investigador colaborador no OBSERVARE (UAL). Integra as equipas de investigação do NEAMP (PUC-SP/Brasil) e do Citizenship, Culture & Communication group (Vilnius Tech/Lituânia).

Reference According to APA Style, 7th edition:

Pinheiro, C. I. S., Reis, B. M. C. & Risson, S. I. (2024). Envolvimento dos jovens designers de moda em Portugal: processo criativo e a relação da moda com vertentes ativistas.. *Convergências - Revista de Investigação e Ensino das Artes, VOL XVII* (34), 135-144. <https://doi.org/10.53681/c1514225187514391s.34.268>