

# 4<sup>to</sup> CIMODE

CONGRESO  
INTERNACIONAL  
DE MODA  
Y DISEÑO

MADRID  
21-23 MAYO 2018





Proceedings CIMODE 2018  
4º congresso internacional de moda e design

Editores:

Ana Cristina Broega (UMinho)  
Joana Cunha (UMinho)  
Helder Carvalho (UMinho)

Manuel Blanco (CSDMM)  
Guillermo García-Badell (CSDMM)  
Diana Lucia (CSDMM)

Publicado por:

Centro de Ciência e Tecnologia Têxtil  
Universidade do Minho  
Portugal 2018

O conteúdo dos artigos científicos é da inteira responsabilidade dos  
autores que os assinam.

Imagem Gráfica:

Bernardo Providência

ISBN 978-989-54168-0-6

## CIMODE 2018 4º Congresso Internacional de Moda e Design

O CIMODE 2018 é o 4º Congresso Internacional de Moda e Design, realizado de 21 a 23 de maio de 2018 na cidade de Madrid, subordinado ao tema : DISEÑO AL REVÉS.

A presente edição é organizada pelo Centro Superior de Diseño de Moda de Madrid (CSDMM) da Universidad Politécnica de Madrid, em conjunto com o Departamento de Engenharia Têxtil da Universidade do Minho.

O CIMODE configura-se como uma plataforma de intercâmbio da pesquisa em Moda e Design proporcionando o encontro/debate entre pesquisadores, académicos, designers e demais profissionais das áreas da Moda e Design que, através de um diálogo interdisciplinar e intercultural, perspectiva gerar e apresentar novos cenários sobre a atual situação e futuro da Moda e Design.

Sendo um congresso inter e transdisciplinar, o CIMODE procura explorar a Moda e o Design do ponto de vista social, cultural, psicológico, e comunicacional, procurando reunir diferentes abordagens e pontos de vista sobre a prática, o ensino e a cultura do Design e da Moda.

### “DISEÑO AL REVÉS”

No ensino e na prática do design encaramos um futuro onde se impõem novos rumos, com novas oportunidades, ferramentas e tecnologias, mas com uma visão mais próxima das pessoas e das comunidades. Importa olhar para o Design desde outras ancoragens, olhar desde dentro para fora, partindo das comunidades, enquanto núcleos geradores de cultura para o mundo. O design deve ser um processo integrador que lidera a inovação e as mudanças sociais. Esse é o sentido do “design al revés”.

Nesta 4ª edição contamos com mais de 200 participantes, tendo sido apresentadas 126 comunicações orais e 17 posters de trabalhos de iniciação científica, que representam 64% do total dos trabalhos submetidos ao congresso.

Nesta edição contemplamos uma edição especial de artigos selecionados em língua inglesa, editada pela CRC/Balkema. Assim esses artigos apresentam-se nesta edição apenas na sua versão resumida, nas secções *Resumos curtos* e *Resumos estendidos*.

Em nome de nossas Instituições, do Comité de Organização e do Conselho Científico, nos sentimos honrados com esta importante realização e com a presença de todos os participantes.

Nossos melhores votos;

### **Ana Cristina Broega**

Departamento de  
Engenharia Têxtil  
Universidade do Minho

### **Manuel Blanco**

Centro Superior de Diseño  
de Moda de Madrid  
Universidad Politécnica de  
Madrid

## CIMODE 2018 4º Congreso Internacional de Moda y Diseño

### **Ana Cristina Broega**

Departamento de  
Engenharia Têxtil  
Universidade do Minho

El CIMODE 2018 es el 4º Congreso Internacional de Moda y Diseño, realizado de 21 a 23 de mayo de 2018 en la ciudad de Madrid, bajo el tema: DISEÑO AL REVÉS.

La presente edición está organizada por el Centro Superior de Diseño de Moda de Madrid (CSDMM) de la Universidad Politécnica de Madrid, en conjunto con el Departamento de Ingeniería Textil de la Universidade do Minho - Portugal.

### **Manuel Blanco**

Centro Superior de Diseño  
de Moda de Madrid  
Universidad Politécnica de  
Madrid

CIMODE se configura como una plataforma de intercambio de investigación en Moda y Diseño proporcionando el encuentro/debate entre investigadores, académicos, diseñadores y demás profesionales de las áreas de la Moda y del Diseño que a través del diálogo interdisciplinar e intercultural permita generar y presentar nuevos escenarios sobre la actual y futura situación de la Moda y del Diseño.

Siendo un congreso Inter/transdisciplinar, CIMODE busca explorar la Moda y el Diseño desde el punto de vista social, cultural, psicológico y comunicacional intentando reunir diferentes abordajes y puntos de vista sobre la práctica, la enseñanza y la cultura del Diseño y la Moda.

### **“DISEÑO AL REVÉS”**

En la enseñanza y en la práctica del diseño encaramos un futuro donde se impone nuevos rumbos, con nuevas oportunidades, herramientas y tecnologías pero con una visión más cercana si cabe a las personas y las comunidades. Importa mirar hacia el Diseño desde otros anclajes, el Diseño debe ser un proceso integrador que lidere la innovación y los cambios sociales, debe mirar desde dentro hacia fuera, partiendo de las comunidades, como núcleos generadores de cultura, para el mundo, ese es el sentido del "diseño al revés".

En esta 4ª edición contamos con más de 200 participantes, habiendo sido presentadas 126 comunicaciones orales y 17 posters de trabajos de iniciación científica, que representan el 64% del total de los trabajos sometidos al congreso.

En esta edición contemplamos una edición especial de artículos seleccionados en lengua inglesa, editada por la CRC / Balkema. Así estos artículos se presentan en esta edición sólo en su versión resumida, en las secciones Resúmenes cortos y Resúmenes extendidos.

En nombre de nuestras instituciones, del Comité de Organización y del Consejo Científico, nos sentimos honrados con esta importante realización y con su presencia.

Nuestros mejores deseos;

# CIMODE 2018 4º International Fashion and Design Congress

CIMODE 2018 is the 4th International Congress of Fashion and Design, held from 21 to 23 May 2018 in the city of Madrid, under the theme: DISEÑO AL REVÉS.

This edition is organized by the Centro Superior de Diseño de Moda de Madrid (CSDMM) of the Universidad Politécnica de Madrid, together with the Department of Textile Engineering of the University of Minho.

CIMODE is a platform for research exchange in Fashion and Design, promoting the discussion of ideas between researchers, academics, designers and other professionals in the fields of Fashion and Design. Through an interdisciplinary dialogue and intercultural perspective, CIMODE aims to generate and present new scenarios on the present and future of Fashion and Design.

Being an inter- and trans-disciplinary conference, CIMODE explores Fashion and Design at the social, cultural, psychological, and communication perspective, seeking to bring together different approaches and perceptions on the practice, education and culture of Design and Fashion.

## “DISEÑO AL REVÉS”

In teaching and in the practice of design, we face a future where new paths are imposed, with new opportunities, tools and technologies, but with a closer vision for people and communities. It is important to look at Design from other anchors, Design must be an integrative process that leads innovation and social changes, must look from the inside out, starting from the communities, as generating nuclei of culture, for the world. That is the sense of "DISEÑO AL REVÉS" ("REVERSE DESIGN").

In this 4th edition, we had more than 200 participants, 126 oral presentations and 17 posters of scientific initiation works, representing 64% of the total work submitted to the congress.

In this edition we contemplate a special edition of selected articles in English language, edited by CRC / Balkema. So these articles are presented in this edition only in their short version, in the sections *Short abstracts* and *Extended abstracts*.

On behalf of our Institutions, the Organizing Committee and the Scientific Council, we feel honored with this important achievement and the presence of all participants.

Our best wishes;

**Ana Cristina Broega**

Departamento de  
Engenharia Têxtil  
Universidade do Minho

**Manuel Blanco**

Centro Superior de Diseño  
de Moda de Madrid  
Universidad Politécnica de  
Madrid

# CIMODE 2018 4º Congreso Internacional de Moda y Diseño

## **Comissão Executiva | Comisión Ejecutiva**

### **Universidad Politécnica de Madrid**

Presidente: Manuel Blanco

Vice-Presidente: Guillermo García-Badell

### **Universidade do Minho**

Presidente: Ana Cristina Broega

Vice-Presidente: Joana Cunha

## **Comissão Organizadora | Comisión Organizadora**

### **Universidad Politécnica de Madrid:**

Manuel Blanco, Guillermo García-Badell, Angel Cordero, Diana Lucía Gómez Chacón, Laura Luceño, Mercedes Rodríguez

### **Universidade do Minho:**

Ana Cristina Broega; Joana Cunha; Helder Carvalho; Bernardo Providência; António Dinis Marques, Celeste Sanches (ABEPEM)

## **Comissão Científica | Comisión Científica**

### **Universidade do Minho**

Presidente: Joana Cunha

### **Universidad Politécnica de Madrid**

Presidente: Guillermo García-Badell

## **Conceção Gráfica | Concepto Gráfico**

Bernardo Providência

Ángel Cordero

Mercedes Rodríguez

## **Secretário Geral | Secretario General**

Helder Carvalho

### **Secretariado**

Ángel Cordero

Mercedes Rodríguez

Celeste Sanches

# CIMODE 2018 4º Congresso Internacional de Moda e Design

## Comissão | Comisión científica

### Design de Produto Diseño de Producto Product Design

Ana Cristina Broega - DET UM (PT)  
Ana Margarida Fernandes - ESART-  
IPCB (PT)  
Araguacy Filgueiras - UFC (BR)  
Ángel Cordero -UPM(ES)  
Arturo Dell'Acqua Bellavitis - (IT)  
Bernardo Providência - EAUM (PT)  
Brezo Alcoceba - ESNE (ES)  
Gianni Montagna - FAUL (PT)  
Guillermo García-Badell -UPM (ES)  
Héctor Navarro -UPM (ES)  
Hélder Carvalho DET UM (PT)  
Isabel Cristina Gouveia - UBI (PT)  
Joana Cunha - DET UM (PT)  
Manuel Blanco -UPM (ES)  
Maria Alice Vasconcelos Rocha -  
UFRPE (BR)  
Maria Celeste Sanches -ABEPEM  
(BR)  
Marizilda dos Santos Menezes –  
UNESP (SP-BR)  
Mônica Moura - UNESP (SP)  
Patricia de Mello Souza - UL(BR)  
Patrizia Ranzo - UNINA2 (IT)  
Paula Trigueiros EAUM (PT)  
Raul Cunha - F Belas-Artes UL (PT)  
Regina Sanchez EACH – USP (BR)  
Rui Roda (PT)  
Silgia Costa EACH – USP (BR)  
Teresa Franqueira DCA-UA (PT)

## Comissão | Comisión científica

### Ensino e Educação Enseñaza y Educación Teaching and Education

Alexandra Cruchinho -  
IPCB/ESART(PT)  
Ana Ramos - IPCB/ESART (PT)  
Ángel Cordero-UPM (ES)  
Bárbara Pino FAAD-UDP-Santiago  
(CL)  
Brezo Alcoceba - ESNE (ES)  
Cátia Rijo -ESEPL (PT)  
Desamparados Pardo Cuenca -  
ESDValencia (ES)  
Fernando Moreira da Silva - UTAL,  
(PT)  
Giovanni Maria Conti - POLIMI (IT)  
Joana Cunha - DET UM (PT)  
Laura Luceño -UPM (ES)  
Madalena Pereira - DCTT UBI (PT)  
Manuel Blanco- UPM (ES)  
Maria Celeste Sanches -ABEPEM  
(BR)  
Mara Rubia Sant'Anna - UDESC (SC-  
BR)  
Maria da Graça Guedes - DET UM  
(PT)  
Maria de Fátima da S. Costa G. de  
Mattos - CUMML/RP (SP BR)  
Marly Menezes - FASM (SP - BR)  
Mercedes Rodríguez - UPM (ES)  
Patricia de Mello Souza - UL(BR)  
Rui Miguel - DCTT UBI (PT)

# CIMODE 2018 4º Congreso Internacional de Moda y Diseño

## Comissão | Comisión científica

### Marketing e Consumo Marketing y Consumo Marketing and Consumption

André Robic - IBModa (BR)  
António Dinis Marques-UM(PT)  
Carlos Alberto Miranda Duarte -  
IADE (PT)  
Guillermo García-Badell - UPM (ES)  
Héctor Navarro - UPM (ES)  
Luiz Salomão Ribas Gomez - UFSC,  
(BR)  
José Ferro Camacho - IADE (PT)  
Maria Carolina Garcia - UAM (SP-BR)  
Mário de Araujo – UM (PT)  
Mercedes Rodríguez - UPM (ES)  
Olga Pépece - UEM (BR)  
Valter Cardim - IADE, (PT)

## Comissão | Comisión científica

### Moda e Comunicação Moda y Comunicación Fashion and Communication

Alessandra Vaccari - Università IUAV  
di Venezia (IT)  
Ana Jiménez - UPM (ES)  
Ana Claudia Mei Alves de Oliveira -  
PUC (SP -BR)  
Carlos Figueiredo- FAUL (PT)  
Fausto Viana - ECA-USP (SP -BR)  
Kathia Castilho - ABEPEN (BR)  
Laura Luceño - UPM (ES)  
Manuel Blanco- UPM (ES)  
Mara Rubia Sant'Anna - UDESC (SC-  
BR)  
Marcelo Martins - UFRPE (PE-BR)  
Mercedes Rodríguez - UPM (ES)  
Moisés Lemos Martins - DCCOM UM  
(PT)  
Nelson Pinheiro - IADE-UL (PT)  
Renata Pitombo Cidreira - UFBA (BR)  
Rossana Gaddi - POLIMI (IT)  
Sandra Rech - (UDESC (SC-BR)  
Silvana Mota Ribeiro - DCCOM UM  
(PT)  
Solange Riva Mezabarba UFF (SP-BR)  
Solange Wajman - UNIP (SP-BR)  
Zara Pinto Coelho - DCCOM UM (PT)



# CIMODE 2018 4º Congresso Internacional de Moda e Design

## Comissão | Comisión científica

### **Moda, Identidades e Culturas** **Moda, Identidades y Culturas** **Fashion, Identities and Cultures**

Bárbara Pino FAAD-UDP-Santiago (CL)  
Brezo Alcoceba - ESNE (ES)  
Cristiane Mesquita - UAM (SP-BR)  
Diana Lucía Gómez-Chacón - UPM (ES)  
Elisabeth Lorenzi Fernandez - UNED (ES)  
Francisca Mendes -UFC (BR)  
Helena Pires- DCCOM-UM (PT)  
Herbert González - UPM (ES)  
Joana Bosak de Figueiredo (UFRGS-BR)  
Laura Luceño - UPM (ES)  
Laura Zambrini - FADU-UBA (AR)  
Manon Salles - (EBA-UFRJ) (BR)  
Marcia Mello - UNIFACS (BA-BR)  
Maria Cristina Volpi Nacif - EBA/UFRJ (BR)  
Maria Claudia Bonadio - SENAC/SP (BR)  
Maria do Carmo Teixeira Rainho (Senai-Cetiqt -BR)  
Maria Eduarda Araujo Guimarães - SENAC/SP (BR)  
Pedro Bessa - DCA-UA (PT)  
Rafaela Norogrande - UBI / IPV (PT)  
Rita Ribeiro - ICS-UM (PT)  
Tula Fyskatoris CPS (PUC-SP-BR)  
Zara Pinto Coelho - DCCOM UM (PT)  
Valter Cadim - IADE, (PT)

## Comissão | Comisión científica

### **Sustentabilidade em Moda e Design** **Sustentabilidad en Moda y Diseño** **Sustainability in Fashion and Design**

Ana Cristina Broega - DET UM (PT)  
Ana Mery De Carli - UCS, (RS- BR)  
Anne Anicet Ruthschilling - Uniritter (BR)  
Carla Morais - FAUL (PT)  
Cristina Figueiredo - UTAL (PT)  
Desamparados Pardo Cuenca - ESDValencia (ES)  
Fernando Moreira da Silva - UTAL, (PT)  
Guillermo García-Badell - UPM (ES)  
Héctor Navarro - UPM (ES)  
Patricia de Mello Souza - UL(BR)  
Silgia Costa EACH – USP (BR)  
Sirlene Costa - USP (BR)  
Suzana Barreto Martins – UEL (BR)

**0 ORADORES CONVIDADOS | PONENTES INVITADOS | INVITED SPEAKERS**

**1 ARTIGOS COMPLETOS | ARTÍCULOS COMPLETOS | FULL PAPERS**

**Moda e Comunicação | Moda y Comunicación | Fashion and Communication**

015 UMA ANÁLISE SOBRE OS SIGNOS NORDESTINOS E SUA REPRESENTATIVIDADE NA MODA BRASILEIRA  
Breno Teixeira and Layla Mendes

071 TUTORIAIS ONLINE PARA ARTESANATO E DIY DE MODA: UM ESTUDO SOBRE O FABRICULTURE E O USO DAS PLATAFORMAS DIGITAIS  
Mariana Araujo Laranjeira, Luana Crispim Duarte, Marizilda Dos Santos Menezes and João Fernando Marar

074 MODA E GÊNERO: UMA DISCUSSÃO ACERCA DA RELAÇÃO DA CANTORA TRANSGÊNERA LINN DA QUEBRADA COM A MODA  
Carla Cristina Siqueira Martins and Ana Caroline Siqueira Martins

083 COMUNICAZIONE E CULTURA DI MODA. GESTI DI ABBIGLIAMENTO  
Alessandra Avella

118 THE CORSET AND THE HIJAB: ENUNCIATION, INTERSUBJECTIVITY, AND DRESS  
Marilia Jardim

088 SISTEMAS CIBERFÍSICOS NO DESIGN DE VESTUÁRIO: DIGITALIZAÇÃO 3D, MODELAGEM PARAMÉTRICA E MANUFATURA ADITIVA  
Maria Eloisa de Jesus Conceição, Jorge Lopes dos Santos, Rejane Spitz

159 ENTALLE DE PRENDAS MEDIANTE PINZAS EXPERIMENTALES  
Eva Portal

214 CRIAÇÃO DE UMA MARCA NO ÂMBITO DA INTERVENÇÃO DO DESIGN EM PROJETOS DE INCLUSÃO SOCIAL  
Catherine Gama, Paula Trigueiros and Ana Cristina Broega

**Moda, Identidades e Culturas | Moda, Identidades y Culturas | Fashion, Identities and Cultures**

001 A ROUPA E A MORTE: PRESENÇA E AUSÊNCIA NAS VESTES  
Ana Carolina Cruz Acom, Joana Bosak, Denise Rosana Moraes and Nataly Yolanda Capelari Dos Santos

- 068 O CORPO DA MODA NO SÃO PAULO FASHION WEEK  
Ana Martins, Carla Martins, Nathaly Oliveira and Melissa Moreli
- 076 DIÁLOGOS ENTRE MODA, CORPO E DIVERSIDADE SEXUAL EXPRESSOS EM UMA COLEÇÃO PERFORMÁTICA  
Juliana Floriano, Pamela de Liz, Valdirene Gruber, Rita De Cassia Rothbarth Lorenzi and Karine Costa Gonçalves
- 092 LA TESSITRICE DELL'ISOLA, UN'INTERPRETE DELLA MODA ITALIANA ALLA METÀ DEL NOVECENTO TRA ARTIGIANATO E RICERCA ARTISTICA  
Ornella Cirillo and Manuela Rupe
- 109 LA RELAZIONE TRA STATI UNITI E ITALIA NELL'ORIGINE DELLO STILISTA: TENTATIVO DI DEFINIZIONE DI UN TERMINE  
Debora Russi Frasquete and Alessandra Vaccari
- 112 TRABALHO ESCRAVO NAS INDÚSTRIAS TÊXTEIS DE BANGLADESH  
Isabella Belasco Roque and Juliana Bononi
- 137 DESFILES DO COTIDIANO: UM ENSAIO SOBRE MODA E SUAS ARTICULAÇÕES NO SOCIAL  
Mariana Braga
- 163 A MODA DO PÓS-GUERRA: UMA ANÁLISE DAS TRANSFORMAÇÕES ESTÉTICAS NO BRASIL ENTRE OS ANOS DE 1947 E 1957 A PARTIR DA REVISTA O CRUZEIRO  
Lara Leite, Germana Bezerra and Maria Alice Vasconcelos Rocha
- 171 GAÚCHOS E BEDUINOS: AS ORIGENS MOURISCAS DE UMA INDUMENTÁRIA TRADICIONAL  
Joana Bosak
- 184 A RELAÇÃO DESIGN INCLUSIVO, VESTUÁRIO E O IDOSO NA CONTEMPORANEIDADE  
Mariana Dias de Almeida and Mônica Moura
- 201 MACROTENDÊNCIAS DE MODA: ANÁLISE EM UMA CIDADE DO INTERIOR DO NORDESTE DO BRASIL  
Layla Mendes, Iara Cortes, Karina Silva and Karol Pereira
- 207 O BORDADO COMO ARTETERAPIA: PERCEPÇÕES E SENTIMENTOS – RELATO DE EXPERIÊNCIA  
Maria Cândida Lopes, Araguacy Filgueiras, Germana Bezerra, Dijane Victor and Walkiria Souza

### **Design de Produto | Diseño de Producto | Product Design**

- 050 IMERSÃO COCRIATIVA: A PROMOÇÃO DE CRIATIVIDADE NO MODELO LOGO SCMC DESIGN CAMP  
Naiane Cristina Salvi, Luiz Salomão Ribas Gomez, Marília Matos Gonçalves, Francisco Antonio Pereira Fialho and Felipe Petik Pasqualotto

- 069 ANÁLISE DE PROCESSOS PROJETUAIS DE DESIGN DE SUPERFÍCIES TÊXTEIS NOS ÂMBITOS ACADÊMICO E INDUSTRIAL: ESTUDO DE CASO UNIVILLE E DÖHLER TÊXTIL  
Juliana Floriano, Luiz Salomão Ribas Gomez and Marília Matos Gonçalves
- 093 THE CONTRASTING EFFECTS OF WEARABLE TECHNOLOGIES IN TODAY'S FASHION INDUSTRY: PROMISES AND CONCERNS OVER PERSONAL INVASION  
Bernadett Igyarto
- 126 COLEÇÃO INFANTIL SEM DEFINIÇÃO DE GÊNERO, INSPIRADA NA OBRA A CUCA, DE TARSILA DO AMARAL  
Salette Mafalda Marchi and Ana Helena Gonçalves de Oliveira
- 130 MODA PARA PROXIMA ECONOMIA: REFLEXÃO SOBRE A REINVENÇÃO DO SISTEMA DE MODA.  
Lucyana Azevedo, Suellen Albuquerque, Victoria Bastos, Maura Mousinho and Gabriela Sales
- 192 A IMPORTÂNCIA DOS TECIDOS TECNOLÓGICOS PARA A INDUMENTÁRIA E PARA OS CONSUMIDORES NO CENÁRIO ATUAL  
Giovanna Sataffetti and Juliana Bononi

### **Marketing e Consumo | Marketing y Consumo | Marketing and Consumption**

- 003 ONDE ESTÁ O PLUS SIZE NA COMUNICAÇÃO DAS MARCAS DE MODA?  
Marcela Favero and Rafael Thiago Cezarin
- 027 CONSUMO CONTEMPORANEO: O VÃO ENTRE O ENGAJAMENTO E OS CONSUMIDORES REAIS  
Lorena Abdala
- 054 QUE DIABOS VESTEM PRADA: UM ENSAIO SOBRE O CONSUMIDOR DE MODA A PARTIR DE UM ESTUDO ETNOGRÁFICO NA FONDAZIONE PRADA  
Livia Pinent
- 089 DISSONÂNCIAS NA BUSCA DO COOL  
Daniela Nogueira
- 129 UMA COMPRA PRAZEROSA PARA TODOS: VISUAL MERCHANDISING APLICADO PARA DEFICIENTES AUDITIVOS.  
Maura Mousinho, Pablo Nogueira, Suellen Albuquerque, Lucyana Xavier and Victoria Bastos
- 145 DE LEFTOVERS A NOVA APOSTA DO FAST FASHION: O REPOSICIONAMENTO DA MARCA LEFTIES  
Mariana Depoli Das Neves and Liliana Simões Ribeiro

- 218 ANÁLISE DE CONTEÚDO PARA AS REDES SOCIAIS: METODOLOGIA PARA UMA MARCA DE MODA  
Caroline Grassi and António Marques

### **Ensino e Educação | Enseñanza y Educación | Teaching and Education**

- 025 ESPERIENZA DI INSEGNAMENTO IN AZIENDA PER UNA "FACTORY TEACHING": LA CAPSULE COLLECTION  
AMINA RUBINACCI PLUS  
Patrizia Ranzo and Roberto Liberti
- 026 MEN'S TAILORING LAB PER UNA DIDATTICA SPERIMENTALE TRA UNIVERSITA' E AZIENDA: IL CASO KITON  
Roberto Liberti
- 058 TEACHING KNITWEAR DESIGN WITHIN ITALY AND UK. A COMPARISON BETWEEN AN INDUSTRY-FOCUSED APPROACH AND A CREATIVITY-FOCUSED ONE  
Martina Motta
- 073 ENSEÑANZA DE MODA EN AMÉRICA LATINA: DERECHO Y REVÉS  
Luz Neira
- 080 DEL ACONTECIMIENTO AL INDUMENTO. TRADUCCIONES INTERSEMIÓTICAS Y DISEÑO CONTEMPORÁNEO  
Carlos Daniel Campos, Alessandra Cirafici and Caterina Cristina Fiorentino
- 224 ENSINO DA MODA CENTRADO NA SUSTENTABILIDADE: INSTITUIÇÕES DE ENSINO EM PORTUGAL COM CURSOS EM MODA SUSTENTÁVEL  
Eva Vilma Sousa, Dinis Marques and Ana Broega

### **Sustentabilidade em Moda e Design | Sostenibilidad en Moda y Diseño | Sustainability in Fashion and Design**

- 022 ECONOMIA COLABORATIVA E A MODA: UMA MANEIRA ÉTICA DE LIDAR COM A BOLÍVIA  
Jane Leroy Evangelista and Clara Garcia Abreu
- 197 A IMPORTÂNCIA DO CONSUMO CONSCIENTE NA CRIAÇÃO DE ACESSÓRIOS DE MODA SUSTENTÁVEIS  
Carla Sousa and Graça Guedes

## **2 RESUMOS ESTENDIDOS | RESÚMENES EXTENDIDOS | EXTENDED ABSTRACTS**

### **Moda e Comunicação | Moda y Comunicación | Fashion and Communication**



- 011 PASSARELA PERFORMÁTICA NA LIQUIDEZ DO BACKSTAGE  
Antonio Rabàdan and Ione Bentz
- 066 BANNERS DIGITAIS COMO VITRINES: CONSTRUÇÕES NARRATIVAS DAS MARCAS DE MODA ONLINE  
Dalila Leal, Dib Karam Junior and Clotilde Perez
- 084 O MUNDO E A MODA AO REVÉS EM ANTÓNIO VARIAÇÕES  
Margarida Amaro
- 096 FACETAS DA CULTURA JOVEM: CONSTRUÇÃO DISCURSIVA DA MARCA AHLMA  
Bruna Machado and Murilo Scoz
- 147 A IMPORTÂNCIA DA LINGUAGEM NAS MÍDIAS SOCIAIS DE UMA MARCA  
Marina Hammes de Carvalho and Fernanda Antoniolio Hammes de Carvalho
- 165 OS EFEITOS DE SENTIDO CONTIDOS NO TEXTO PUBLICITÁRIO DE MODA : A MARCA HANDRED E A REITERAÇÃO DO CONCEITO GENDERLESS  
Sheila Bona and Murilo Scoz
- 177 BORDADO: A NARRATIVA DO MANTO DA APRESENTAÇÃO DE ARTHUR BISPO DO ROSÁRIO - CONFLUÊNCIAS COM ARTISTAS VISUAIS CONTEMPORÂNEOS  
Larissa Uchôa Dantas, Roberta Ramos Marques, Uyara De Sousa Travassos Barbosa, Gabriela Maroja Jales De Sales and Helena De Azevedo Dieb

## **Moda, Identidades e Culturas | Moda, Identidades y Culturas | Fashion, Identities and Cultures**

- 006 SEMIOLOGY: CULTURE AS A SYMBOL SYSTEM INDIA 1947  
Lidiane Vignes
- 010 La geografía de la moda, Medellín: 1900-1950  
William Cruz Bermeo
- 024 DE MODELOS AMERICANAS A ICONOS EUROPEOS. INTERNACIONALIDAD Y EXOTISMO EN LA IMAGEN PÚBLICA DE ALINE ROMANONES Y CONSUELO CRESPI  
Daniele Gennaioli
- 038 REENMARCANDO LA VEJEZ A TRAVÉS DEL DISEÑO: UN ENFOQUE PARA PROMOVER EL EMPODERAMIENTO  
Isabel Rojas Muñoz and Barbara Pino Ahumada
- 044 FASHION, IDENTITY AND CULTURE IN THE CHINESE FASHION SYSTEM. CHINA, INSPIRATION FOR CHINESE FASHION DESIGNERS  
Rossana Gaddi

- 047 EL PLACENTERO VESTIDO DE LOEWE: DE LA TIENDA DE MARTÍNEZ-FEDUCHI AL SHOWROOM DE CARVAJAL  
Armando Cano Redondo and Andrés Martínez-Medina
- 052 CLASS TOURISM, WORKING CLASS PORN AND CULTURAL APPROPRIATION IN FASHION: AN INTRODUCTION  
Maria Glück
- 065 EL TEJIDO DE ENCAJE EN LA INDUMENTARIA DE LAS BAHIANAS: DEL ARTESANAL AL INDUSTRIAL  
Aymê Okasaki
- 081 MODA CHINA, MODA OCCIDENTAL: UNA TRADUCCIÓN SEMIÓTICA  
Yingqiao Pan
- 136 DIY E O MOVIMENTO SLOW FASHION: COSTURE PARA VOCÊ MESMO  
Luiza Barrocas, Germana Bezerra and Maria Alice Vasconcelos Rocha
- 181 OS ASPECTOS FISIOLÓGICOS DA VELHICE: CONFORTO E A RELAÇÃO COM O VESTUÁRIO  
Mariana Dias de Almeida, Mônica Moura and Ana Cristina Da Luz Broega
- 205 O DESIGN DE MODA POR MEIO DA SUSTENTABILIDADE E DA CULTURA MATERIAL: UM ESTUDO  
EXPLORATÓRIO E EXPERIMENTAL  
Rafaela Norogrande
- 206 O BORDADO DE CASTELO BRANCO APLICADO EM VESTUÁRIO  
Alexandra Cruchinho, Ana Sofia Marcelo, Paula Peres and Alexandra Moura
- 209 CALÇA JEANS FEMININA: EXPRESSÃO ESTÉTICA DA MODA POPULAR BRASILEIRA  
Iara Braga, Maria José Abreu, Madalena Oliveira and Livia Laura Matté
- 216 A TRAVÉS DEL TRAJE, LA LIBERACIÓN DE LA MUJER EN EL SIGLO XIX  
Laura Luceño
- 225 THE CASUALISATION AND HOMOGENEITY OF CONTEMPORARY FASHION  
Frances Spry

### **Design de Produto | Diseño de Producto | Product Design**

- 004 PRÁTICAS DE DESIGN: COMPREENDENDO PROCESSOS  
Antonio Rabàdan

- 032 LA VESTIMENTA COMO PROYECTO ARQUITECTÓNICO  
Brezo Alcoceba
- 041 MARCANDO BORDADO EM CORES: O PROCESSO CRIATIVO DA MODA NA ASSOCIAÇÃO DE MULHERES DA AGULHA CRIATIVA – AMAC, EM SÃO JOÃO DOS PATOS – MA.  
Márcio Lima, Raquel Noronha and Lucilene Silva
- 045 BORDADORAS DE MIRAMAR, DISEÑO Y TERRITORIO  
Francisca Vallejos
- 114 PROPOSTA DE PROCEDIMENTO PARA DESENVOLVER VESTUÁRIO PARA GESTANTE  
Daniela Mentone, Ruth Osava, Suzana Avelar, Adriana Duarte and Regina Sanches
- 119 MODA FUNCIONAL FOCADA NAS NECESSIDADES DA PESSOA COM DEFICIÊNCIA  
Letícia Souza, Regina Sanches, Suzana Avelar, Cláudia Vicentini and Adriana Duarte
- 144 PROJETAR PARA AS EMOÇÕES: BABÃO, O BONECO PARA CRIANÇAS EM IDADE PRÉ-ESCOLAR  
Bernardo Providência and Rita Brandão
- 156 PROCEDIMENTOS E DIRETRIZES PARA O ENSINO E ELABORAÇÃO DA MODELAGEM: UMA ANÁLISE.  
Patrícia Aparecida de Almeida Spaine, Debora Brito, Livia Marsari Pereira, Nélio Pinheiro and Raquel Andrade
- 211 ANTROPOMETRIA E O VESTUÁRIO DAS CRIANÇAS COM SOBREPESO E OBESIDADE: UMA REVISÃO DE LITERATURA  
Raquel de Campos and Miguel Carvalho
- 215 A MATERIALIZAÇÃO DE PRODUTOS DE MODA: UMA VIVÊNCIA EXPERIENCIAL DO COMPORTAMENTO TÊXTIL  
Patrícia De Mello Souza, Isabel Cristina Italiano, Mariana Mayumi Otani and Patrícia Pereira Da Silva

### **Marketing e Consumo | Marketing y Consumo | Marketing and Consumption**

- 013 PSYCHOGRAPHIC SEGMENTATION OF FEMALE FASHION CONSUMERS IN PORTUGAL  
Bárbara Moreira and António Azevedo
- 086 VALORES CULTURAIS DO CONSUMO MINIMALISTA DE MODA  
Ana Paula de Miranda, Izabela Domingues Da Silva and Natan Llewellyn Alves de Souza
- 134 O USO DA PUBLICIDADE ON-LINE COMO FERRAMENTA DA METODOLOGIA TXM BRANDING  
Leandro Werner Ribeiro and Luiz Salomão Ribas Gomez

## **Ensino e Educação | Enseñanza y Educación | Teaching and Education**

- 020 IMMERSIVE BUSINESS SIMULATION IN FOOTWEAR DESIGN EDUCATION: A BRIDGE FOR REALITY  
Miguel Terroso, Ana Moreno, Nelson Amorim, Hugo Palmares and João Sampaio
- 021 BOUNDING FIELDS OF KNOWLEDGE: CO-DESIGNING REGIONAL POTTERY OF THE CÁVADO SUB-REGION AS A STRATEGIC POTENTIAL OF MUSEOLOGICAL DIFFERENTIATION AND PRODUCT DEVELOPMENT  
João Sampaio, Andreia Baganha, Filipa Gomes and Miguel Terroso
- 033 A CASE STUDY OF DIDACTIC LABORATORY APPROACH IN FASHION DESIGN EDUCATION  
Xiaozhu Lin and Arturo Dell'Acqua Bellavitis
- 039 REVISTAS FEMENINAS Y DESARROLLO DE LA FUERZA LABORAL FEMENINA EN VALPARAÍSO: ANÁLISIS DEL SISTEMA GRÁFICO DE LA REVISTA ROSITA (1947-1972), COMO ESTRATEGIA DIDÁCTICA PARA EL APRENDIZAJE INFORMAL DE LA COSTURA  
Fernanda Gonzalez Duque, Ursula Bravo and Alejandra Ruiz
- 132 GEOMETRÍA COMPLEJAS Y PATRONAJE: COLONIZANDO EL ESPACIO A TRAVÉS DEL TRAJE  
María José Climent Mondéjar, María Pura Moreno Moreno and Armando Cano Redondo
- 155 LIVROS DE MODELAGEM: UMA ANÁLISE DE PESQUISA DOCUMENTAL  
Patrícia Aparecida de Almeida Spaine, Debora Brito, Livia Marsari Pereira, Nelio Pinheiro and Raquel Andrade
- 178 A INTERDISCIPLINARIDADE PROJETUAL: CRIAÇÃO E TÉCNICA ALIADAS NA CONFECÇÃO DE LOOKS TEMÁTICOS POR ALUNOS DA UFPE CAA  
Andrea Camargo and Rosiane Pereira
- 199 METODOLOGIAS ATIVAS APLICADAS AO ENSINO DE DESIGN DE MODA: POSSIBILIDADES E DESAFIOS  
Lucia Rebello, Monica Mansur and Glauca Diniz Marques

## **Sustentabilidade em Moda e Design | Sostenibilidad en Moda y Diseño | Sustainability in Fashion and Design**

- 023 FASHION THAT CARES FOR THE FUTURE  
Emilia Araujo, Inês Castro, Ines Pinto and Isabela Araujo
- 043 DESIGN, TRADIÇÃO E CULTURA – UMA UNIÃO ENTRE O PASSADO E O FUTURO PARA O DESENVOLVIMENTO DE REGIÕES DEPRIMIDAS  
Inês Oliveira and Graça Guedes
- 056 ECONOMIA CIRCULAR: UMA ABORDAGEM PARA O SETOR DA MODA  
Eliane Pinheiro, Silvia M. B. D. Barcelos and Antonio Carlos De Francisco

- 095 LOGÍSTICA REVERSA: ESTUDO DE CASO NAS FRANQUIAS O BOTICÁRIO DA CIDADE DE ITABUNA – BA  
Edilene Velanes
- SUSTAINABLE FASHION. STRATEGIE PER LA SOSTENIBILITÀ E NUOVE FORME DI CREAZIONE DEL VALORE  
098 NELLA MODA E NEL TESSILE  
Maria Antonietta Sbordone, Loredana Di Lucchio and Regina Aparecida Sanchez
- 105 GENERATION Y'S SUSTAINABILITY ATTITUDE-BEHAVIOUR GAP  
Joao Pedro Bernardes, Antonio Dinis, Fernando Ferreira and Mafalda Nogueira
- IMBRICAÇÕES E DISTANCIAMENTOS ENTRE A ECONOMIA CRIATIVA E A SUSTENTABILIDADE DE PEQUENAS  
127 MARCAS DE MODA  
Uyara De Sousa Travassos Barbosa, Helena De Azevedo Dieb, Gabriela Maroja Jales De Sales, Larissa Uchôa Dantas and Alexandre Nepomuceno Targino
- 139 NOVOS MODELOS DE NEGÓCIO DE MODA SUSTENTÁVEIS: CASO DE ESTUDO O “COWORKING”  
Lígia Barcellos and Ana Cristina Broega
- FIBRA DO TUCUM: REFLEXÕES SOBRE BIODIVERSIDADE AMAZÔNICA, CONSERVAÇÃO, CONHECIMENTO  
154 TRADICIONAL E MODA SUSTENTÁVEL  
Lais Pennas and Júlia Baruque-Ramos
- 185 SEDA: PROTOCOLOS PARA VERIFICAÇÃO DE IMPACTOS SOCIOECONÔMICOS NA PRODUÇÃO DE CASULOS  
Sílvia Barcelos, Eliane Pinheiro, Maria Da Graça Guedes and Antonio Francisco
- 204 A PERSPECTIVE TOWARDS A CIRCULAR FASHION DESIGN SYSTEM  
Beatrice Melo and Ana Cristina Broega
- 210 VALÊNCIAS NA MODA E SUSTENTABILIDADE: APONTAMENTO DE LACUNAS  
Regis Puppim, Ana Cristina Broega, Carina Espina de Jordão Barros, Danielle Beduschi and Luisa Mendes

### **3 RESUMOS CURTOS | RESÚMENES CORTOS | ABSTRACTS**

#### **Moda e Comunicação | Moda y Comunicación | Fashion and Communication**

- DO CABELO AO COURO CULTIVADO - A UTILIZAÇÃO DAS INFORMAÇÕES GENÉTICAS DE ALEXANDER  
037 MCQUEEN  
Beatriz Ferreira Pires and Renata Pitombo Cidreira
- 055 THE RELEVANCE OF SKETCHES IN FASHION DESIGN  
Ana Moreira Da Silva



- 072 A INFLUÊNCIA DAS TELENÓVELAS NA MODA BRASILEIRA HOJE  
Teresa Souza, Sergio Silva, Rita Ribeiro, Angelica Adverse and Anderson Horta
- 166 ANALYSIS OF ATTRIBUTES IN UNISEX AND GENDERLESS CLOTHING  
Benilde Reis, Nuno Amaral Jerónimo, Madalena Pereira, Susana Azevedo and Rui Miguel
- 223 EYE TRACKING IN FASHION: AN OVERVIEW  
Ana Paula Faria, Bernardo Providência and Joana Cunha
- 120 FASHION FILMS, UMA ABORDAGEM SEMIÓTICA, UMA SIGNIFICAÇÃO MULTIMODAL  
Rui Effe

### **Moda, Identidades e Culturas | Moda, Identidades y Culturas | Fashion, Identities and Cultures**

- 016 EL FENÓMENO DEL PRÊT-À-PORTER Y LAS BOUTIQUES EN SANTIAGO DE CHILE  
Josefina Vidal and Pedro Álvarez
- 042 DOLCE AND GABBANA AND LOUIS VUITTON: A STUDY ON THE EFFECT OF GENDER STEREOTYPING IN THE 21ST CENTURY FASHION CAMPAIGNS  
Laura Watson
- 048 SIGNIFICANDO AS VESTES RITUAIS DAS RELIGIÕES AFRO-BRASILEIRAS: CANDOMBLÉ E UMBANDA EM TERESINA/PIAUÍ/BRASIL  
L'Hosana Tavares and Valdenia Araujo
- 051 BRASILIDADE GLOBALIZADA NO MODO DE FORMAR DA ELEMENTAIS  
Gina Rocha Reis Vieira
- 077 DESIGN DE MODA E ARTESANATO: POLÍTICAS DE SUBJETIVAÇÃO NO CENÁRIO CONTEMPORÂNEO  
Ana Peroba and Cristiane Mesquita
- 064 O AFETO COSTURADO NO CHAPÉU: IDENTIDADE, AUTOESTIMA E RELAÇÕES SOCIAIS FEMININAS DURANTE O CÂNCER DE MAMA  
Gabriela Poltronieri Lenzi
- 111 O DESIGN DE MODA COMO CONTRIBUTO NA PERSERVAÇÃO DAS CULTURA E DOS TRAJES NAZARENOS: PROJETO 7  
Sueli Moreira, Maria Madalena Rocha Pereira, José Lucas, Alexandra Crucinho and Rui Miguel
- 142 MODOS E MODAS DO HOMEM COLONIAL MINEIRO — A INDUMENTÁRIA DOS RÉUS DA INCONFIDÊNCIA MINEIRA  
Antonio Fernando Batista Dos Santos and Andrea de Paula Xavier Vilela
- 167 THE AESTHETICS IN FASHION DESIGN AND CULTURAL STUDIES  
Theresa Lobo
- 222 O TRAJE TRADICIONAL MINHOTO COMO HERANÇA CULTURAL NO DESIGN DE MODA  
Sylvie Castro, Joana Cunha and Carlos Morais

## **Design de Produto | Diseño de Producto | Product Design**

017 CONTEMPORARY TEXTILE PRODUCTS. KNITTING AS A FERTILE DESIGN GROUND FOR EXPERIMENTATION WITH 3D TECHNOLOGIES.

Giovanni Maria Conti

053 STRATEGIC APPROACH TO IMPLEMENT SUSTAINABILITY IN THE JOINERIES OF THE CITY OF UBERLÂNDIA, BRAZIL

Fernando Moreira Da Silva and Juliana Cardoso Braga

152 CREATIVITY AND INDUSTRIAL FASHION DESIGN - REVIEWS, ANALYSES AND CONNEXIONS

João Barata, Rui Miguel and Susana Azevedo

226 DESIGN AND REDESIGN

Gianni Montagna and Maria João Delgado

## **Marketing e Consumo | Marketing y Consumo | Marketing and Consumption**

031 TAXHION. Modelo taxonómico de prendas de vestir y complementos para comercio electrónico

Brezo Alcoceba, Marcos García, Rafael García, Daniel de Las Heras and María Adsua

116 EMERGING PLATFORMS FOR FASHION DESIGN ENTREPRENEURS: AN ASSESSMENT

Clara Fernandes, Maria Madalena Rocha Pereira, Maria José Madeira, Liliana Ribeiro and Manuel Santos Silva

164 A INFLUÊNCIA DAS REDES SOCIAIS NO BRANDING DIGITAL

Marcelo Barreto and Liliana Ribeiro

## **Ensino e Educação | Enseñanza y Educación | Teaching and Education**

09 TEACHING DESIGN IN REAL CONTEXTS TO PRESERVE LOCAL IDENTITY AND MEMORY

Cátia Rijo, Helena Grácio and Sandra Antunes

059 BE A BA DA COSTURA: NOSSO AMIGO ONLINE

L'Hosana Tavares and João Brito

108 EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E A FORMAÇÃO DA CONFECÇÃO NO BRASIL

Valéria Feldman and Maria Sílvia Barros de Held

153 O PENSAMENTO PROJÉTUAL NO DESIGN DE MODA: ESTRATÉGIAS FACILITADORAS DOS PROCESSOS COGNITIVOS E METACOGNITIVOS

Maria Celeste De Fatima Sanches and Maria Antônia Romão Da Silva

## **Sustentabilidade em Moda e Design | Sostenibilidad en Moda y Diseño | Sustainability in Fashion and Design**

- 106 COLABORATIVE ECONOMY: CASE STUDY OF NEW BUSINESS MODELS  
Solange Fernandes, José Lucas, Maria Madeira, Alexandra Cruchinho and Isabela Honório
- 151 SUSTENTABILIDAD: LA RECONFIGURACION DE LA MODA, DE LA INDUSTRIA TEXTIL Y EL ROL DEL DISEÑADOR EN UN NUEVO ESCENARIO SOCIAL  
Maria De Lourdes Iracet
- 221 DESIGN E INOVAÇÃO SOCIAL: PRINCÍPIOS METODOLÓGICOS PARA A CAPACITAÇÃO DE COMUNIDADES  
Josiany Oenning, Joana Cunha and João Garcia Jr.

## **4 MINI ARTIGOS | MINI ARTÍCULOS | SHORT PAPERS**

### **Moda e Comunicação | Moda y Comunicación | Fashion and Communication**

- 007 SOPHIA JOBIM: UMA COLUNISTA DE MODA DOS TRÓPICOS  
Madson Oliveira
- 157 DESENVOLVIMENTO DE FIGURINO CIRCENSE COM O MÉTODO DE RICKARD LINDQVIST  
Natalia Herculano Correia Coelho and Euclides Alves Vital Junior
- 203 POP-UP STORES: UMA OPORTUNIDADE PARA AS MARCAS DE MODA ONLINE  
Teresa Vila Mendes, Rui Effe and Ana Cristina Broega
- 208 A SEXUALIZAÇÃO DA MULHER NA PUBLICIDADE DAS REVISTAS DE MODA EM PORTUGAL: UMA PROPOSTA TEÓRICO-METODOLÓGICA  
Margarida Bastos and Silvana Mota-Ribeiro
- 219 A SEMIÓTICA E A BANDA DESENHADA NO BRANDING DE MODA  
Rita Simões and António Marques

### **Moda, Identidades e Culturas | Moda, Identidades y Culturas | Fashion, Identities and Cultures**

- 101 EL DISEÑO AL SERVICIO DE LA ARTESANÍA  
Rocio Torres Novoa
- 125 ENTE  
Pedro Rodriguez

## **Design de Produto | Diseño de Producto | Product Design**

87 ATHLEISURE: UNA RESIGNIFICACIÓN EPOCAL.

Eugenia Aryan

## **Marketing e Consumo | Marketing y Consumo | Marketing and Consumption**

061 MAPEAMENTO DO STRESS E EXPERIÊNCIA DE COMPRA DURANTE A JORNADA DA CONSUMIDORA DE FAST-FASHION

Liliana Mariz, Sandra Pimenta, Sara Fernandes and Antonio Azevedo

131 ERA VIRTUAL: COLEÇÃO DE VESTUÁRIO FEMININO CASUAL CHIC COM FOCO NO E-COMMERCE.

Maura Mousinho, Suellen Albuquerque, Lucyana Xavier, Victoria Bastos and Andressa Cavalcanti

180 INTERFACES ENTRE VISUAL MERCHANDISING E ARQUITETURA NA CONSTRUÇÃO DE UM PONTO DE VENDA DE MODA

Camila Nogueira, Fernanda Gomes and Jéssica Rosa

## **Ensino e Educação | Enseñanza y Educación | Teaching and Education**

148 DISEÑO COMO DISCIPLINA QUE SE ANTICIPA AL FUTURO - DESIGN AS A DISCIPLINE THAT ANTICIPATES THE FUTURE

Atrin Ayazi and Barbara Pino

## **Sustentabilidade em Moda e Design | Sostenibilidad en Moda y Diseño | Sustainability in Fashion and Design**

90 A IMPORTÂNCIA DA CERTIFICAÇÃO DE PRODUTOS E PROCESSOS DO VESTUÁRIO PERTENCENTES À CADEIA DE PRODUÇÃO SLOW FASHION

Beatriz Carmo, Cristiane Nunes, Gustavo Risso and Caroline Mundo

91 O PAPEL DA SOCIEDADE NO CONSUMO DE PRODUTOS COM CARACTERÍSTICAS SUSTENTÁVEIS

Beatriz Carmo, Cristiane Nunes and Gustavo Risso

143 OTROS ESCENARIOS PARA LA EXPERIMENTACIÓN EN EL SISTEMA MODA

Juan David Henao Santa and Sara B. Ibarra Vargas

150 SLOW FASHION: CARACTERÍSTICAS, IMPORTÂNCIA E A RELAÇÃO COM O DESIGN

Bárbara Macena, Ana Cristina Broega and Nuno Marques

161 AS ESTRATÉGIAS DE NEGÓCIOS DE IMPACTO SOCIAL E O CONSUMIDOR

Daniel Frasquete and Maria Graça Guedes

102 DESIGN DE SUPERFÍCIE ATRAVÉS DE REAPROVEITAMENTO DE RESÍDUOS TÊXTEIS APLICADOS AO DESIGN DE INTERIORES

Patricia Azambuja, Ana Cristina Broega and André Paulo Catarino

212 DESENVOLVIMENTO E COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA DE MARCAS DE MODA SUSTENTÁVEIS – UM EXEMPLO DE APLICAÇÃO

Mariana Araújo, Pedro Ponte, Silvana Mota-Ribeiro and Ana Cristina Broega

## SUSTAINABLE FASHION. STRATEGIE PER LA SOSTENIBILITÀ E NUOVE FORME DI CREAZIONE DEL VALORE NELLA MODA E NEL TESSILE

MARIA ANTONIETTA SBORDONE<sup>1</sup>, LOREDANA DI LUCCHIO<sup>2</sup>, REGINA SANCHES<sup>3</sup>

<sup>1</sup>*Università degli Studi della Campania "Luigi Vanvitelli",  
mariaantoinetta.sbordone@unicampania.it*

<sup>2</sup>*Università La Sapienza Roma, loredana.dilucchio@uniroma1.it*

<sup>3</sup>*Universidade de São Paulo, regina.sanches@usp.br*

### EXTENDED ABSTRACT

#### Introduzione

Nella società contemporanea, fortemente caratterizzata da nuove forme di scambio culturali, il settore Moda è in continua evoluzione, capace di produrre innovazione di prodotto e di processo. Infatti, in coerenza con i social changes in atto, i consumatori richiedono merci sempre più performative le quali, oltre ad esprimere valori intangibili culturali e simbolici, sono il risultato di un nuovo processo di creazione del valore più sostenibile. Nasce così il paradigma urgente di comprendere, sviluppare e promuovere una diversa modalità di fare Moda. In questo paradigma la parola chiave è "sostenibilità" intesa in termini sociali ed economici, oltre che ambientali.

Il presente contributo intende aprire una riflessione sulla capacità del design di configurare strategie sostenibili nella produzione, diffusione e creazione di merci nel settore della Moda e del Tessile. La Moda come settore merceologico, trae vantaggio competitivo dalle relazioni che stabilisce in ambiti tra loro molto diversificati - produttivi, sociali e culturali - dimostrando così una attenzione ai processi di creazione del valore che attraversano la produzione materiale, i processi di creazione e le modalità di comunicazione e diffusione di valori tangibili e intangibili. Infatti, nel settore Moda le merci attingono alla sfera della sensibilità e dell'estetica orientando culturalmente i mercati. Nei processi della Moda, più che in altri, avvengono quei legami contestuali che Granovetter (1973) definisce 'deboli o periferici': quelli che, caratterizzati dalla natura relazionale, sono in grado di attualizzare il mix valoriale e adattare via via le merci ai nuovi contenuti sociali e di consumo.

La costante ricerca di efficienza nell'uso delle risorse, la necessità di aumentare la competitività industriale, il passaggio a modelli di produzione più efficaci, sono oggetto di incentivo per l'innovazione e lo sviluppo scientifico e tecnologico in termini di sostenibilità. L'industria tessile, di fronte a questo impegno, deve cercare alternative valide per soddisfare le aspettative di produzioni più sostenibili e il sistema della Moda, dovrà fare altrettanto incidendo sui meccanismi della comunicazione per incentivare forme di consumo più etico.

Il paper riporta i risultati in progress di un processo di ricerca che vede la convergenza di tre diversi approcci legati al Design per la Moda. Il primo approccio ha come obiettivo di riconoscere e costruire filiere eterogenee di piccole e medie imprese del sistema Moda con un alto apporto qualitativo di prodotto e in termini di capabilities, da guidare verso nuovi valori design-oriented. Il secondo approccio ha come obiettivo la sperimentazione nel campo dei tessili con una attenzione particolare al tema della sostenibilità ambientale. L'ultimo approccio è rivolto alla comprensione e allo sviluppo strategico di nuovi processi tra progettazione-produzione-consumo. Nel paper sono state evidenziate tre fasi: a) la costruzione di filiere produttive eterogenee diffuse, che raggruppano piccole entità con un apporto culturale, tecnico e sociale caratterizzante, b) l'introduzione di soluzioni ambientalmente sostenibili relativamente alla produzione dei tessuti e, infine, c) lo sviluppo di prodotti che trasferiscono ai consumatori finali non solo valori tangibili ma anche e soprattutto valori intangibili. Questi, in breve, i presupposti per la realizzazione e la diffusione di



una nuova forma di mix valoriale per il settore Moda, identificato nel Sustainable Fashion. In questo stadio della ricerca il paper presenta solo i risultati della prima fase.

## **Sustainable Fashion: il caso studio del workshop “Lanificio Leo meets Cesare Attolini and Kiton”**

Al fine di valutare se gli assunti fin qui esposti possono guidare prassi operative, appunto nell’ottica descritta della Research Adoption, sono stati organizzati diversi workshop in collaborazione tra Aziende, Scuole di Design e Professionisti.

In particolare, questi assunti sono stati alla base del workshop realizzato presso la storica azienda Lanificio Leo.

Obiettivo progettuale del workshop è stato quello di sviluppare nuovi tessuti pensati e realizzati ad hoc per alcune manifatture di eccellenza attive nella Regione Campania: “Kiton” e “Cesare Attolini”. (3)

Partendo dalle modalità di lavorazione tipiche dell’azienda, della evidenza delle caratteristiche produttive e dei materiali tessili, in una ottica di sostenibilità ambientale si è cercato di ampliare l’ecosistema delle relazioni esistenti tra le aziende di manifatture e l’azienda fornitrice di tessuti.

La metodologia adottata è stata quella del Listening Design, nell’approccio al design di prodotto. Un team di professionisti e studenti dei corsi di Moda hanno “ascoltato” e compreso le peculiarità dei sistemi di produzione coinvolti.

In termini di innovazione di prodotto sono state sviluppate e realizzate delle linee di prodotti di abbigliamento, evidenziando le caratteristiche della manualità che si estendono dalla lavorazione del tessuto alla manifattura tipiche dell’alto artigianato nel dialogo tra diverse componenti dell’ecosistema degli attori.

Dunque l’approccio di innovazione design-driven che ha incrociato la Research Adoption, ha consentito di ottenere risultati concreti in termini di innovazione di prodotto e di prodotto-servizio.

## **Conclusion**

In conclusione, la linea di ricerca e di sperimentazione fin qui descritta, seppure ancora in corso, suggerisce in questi suoi primi passi un percorso possibile verso la realizzazione del paradigma del Sustainable Fashion. Un percorso di attribuzione di contenuti che supera la semplice applicazione o adozione di alcuni accorgimenti di eco-design, proponendo una diversa riconfigurazione di un settore, quello della Moda, che incide profondamente nei processi economici, produttivi e sociali, tanto a livello locale quanto a livello globale.

In questa prima fase della ricerca è stata sperimentata la costruzione di filiere produttive diffuse, che raggruppano piccole e medie imprese con un alto contenuto culturale, tecnico e sociale caratterizzante ed esclusivo.

## **References**

Benckler, Y., 2006. *The Wealth of Networks: How Social Producton Transforms Markets and Freedom*. London: Yale University Press

Granovetter, M., 1973. The Strength of Weak Ties. *American Journal of Sociology*, Vol. 78, No. 6

Guido, P., 1995. *Il marketing del valore*. (Sperling & Kupfer), Milano.

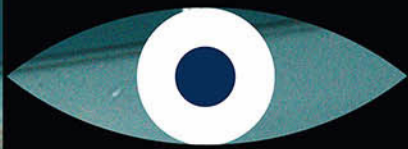
Freeman, I., 2006. *The Development of Social Network Analysis*. Vancouver: Empirical Press

Hildreth, P., Kimble, C. 2004. *Knowledge Networks: Innovaton Through Communities of Practice*. London: Idea Group.

Fletcher, K., Grose, L. 2011. *Moda e Sustentabilidade, design para mudança*. São Paulo: Editora Senac. 192p.

Verganti, R., 2009. *Design-Driven Innovaton, Cambiare le regole della competizione innovando radicalmente il significato dei prodotti e dei servizi*. Rizzoli Etas.





# 4<sup>to</sup> CIMODE

CONGRESO  
INTERNACIONAL  
DE MODA  
Y DISEÑO

MADRID  
21-23 MAYO 2018



M

CA

idr

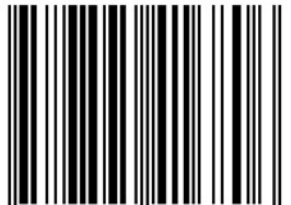
2021

CSDMM

CENTRO SUPERIOR DE DISEÑO DE MODA DE MADRID  
UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE MADRID

Centro de Ciência e Tecnologia Têxtil  
Universidade do Minho

ISBN 978-989-54168-0-6



9 789895 416806