DIAGNÓSTICO

DO SETOR DA MODA NOS AÇORES

A IMPORTÂNCIA

DA MODA NA VALORIZAÇÃO ECONÓMICA, INOVAÇÃO E PRESERVAÇÃO DA CULTURA E TRADIÇÃO E RECURSOS ENDÓGENOS DOS AÇORES

MODAAZORES

DEZEMBBRO 2023

PROJETO MODAMAC

ISSUE NO. 3 NOVEMBER 2019

20 ajiter Associação Juvenil da Ilha Terceira

MODAMAC MADE IN MACARONESIA

Interreg

MAC 2014-2020 Cooperação Territorial

ÍNDICE

Modamac	2
Apresentação	4
Introdução	5
Conceito de Moda	6
Identificação de segmente de Moda	7
Conceito de Estilo	8
Tipos de Estilo	9
Estilos Complementares	10
Designers Açorianos	11
Confecção de Vestuário	19
Design de Confecção de Bijuteria	20
Maquilhagem	27
Cabeleireiro	28
Materiais	29
Ficha Técnica	30

MODAAZORES

MODAMAC

O **projeto MODAMAC** resulta de uma parceria entre a AJITER – Associação Juvenil da Ilha Terceira, e cinco outros parceiros da Macaronésia. Proposto e liderado pelo Cabildo de Gran Canaria, obteve quase um milhão de euros dos fundos FEDER para promover o setor de *design* de moda das regiões participantes. Os resultados do projeto permitirão desenvolver a capacidade de marketing, melhorar a competitividade das PME e a sua capacidade de exportação. Com a implementação de uma série de atividades, o projeto pretende atrair investimentos de empresas de moda e vestuário para as Ilhas Canárias, Madeira e Açores.

Trata-se de uma iniciativa ambiciosa apresentada ao Programa Operacional de Cooperação Territorial Interreg Mac 2014-2020 e que obteve financiamento de 85% dos fundos europeus, significando um salto qualitativo para o setor é um exemplo de cooperação das instituições insulares e das regiões. Juntando-se à AJITER e ao Cabildo de Gran Canaria surgem o Cabildo Insular de Tenerife e a empresa Sodepal do Cabildo de La Palma, para além da Associação de Jovens Empresários Madeirenses e do Centro Regional de Apoio ao Artesanato. Às instituições das Canárias e Açores acresce o Ministério da Cultura do Senegal e o Ministério da Cultura e Indústrias Criativas de Cabo Verde. Com este projeto, os *designers* de moda das regiões participantes terão a oportunidade de acesso a espaços de aprendizagem, aconselhamento em termos de promoção e marketing, mas também compartilharão locais de encontro com criadores de outras regiões, desenvolvendo novas experiências específicas na área.

Entre as acções e actividades propostas, está um diagnóstico da capacidade de exportação das empresas e a formação de empreendedores em marketing, gestão aduaneira e inovação, além de incentivar a sua abordagem internacional, bem como a adesão de novos empreendedores. Será, ainda, criado um *Cluster* da Moda da Macaronésia com uma estratégia conjunta e uma imagem de marca, e serão desenvolvidos dias de troca de experiências. Da mesma forma, as empresas participantes com potencial de exportação terão acesso a um programa individual de consultoria e apoio, e serão promovidas reuniões promocionais de moda para criar espaços de marketing.

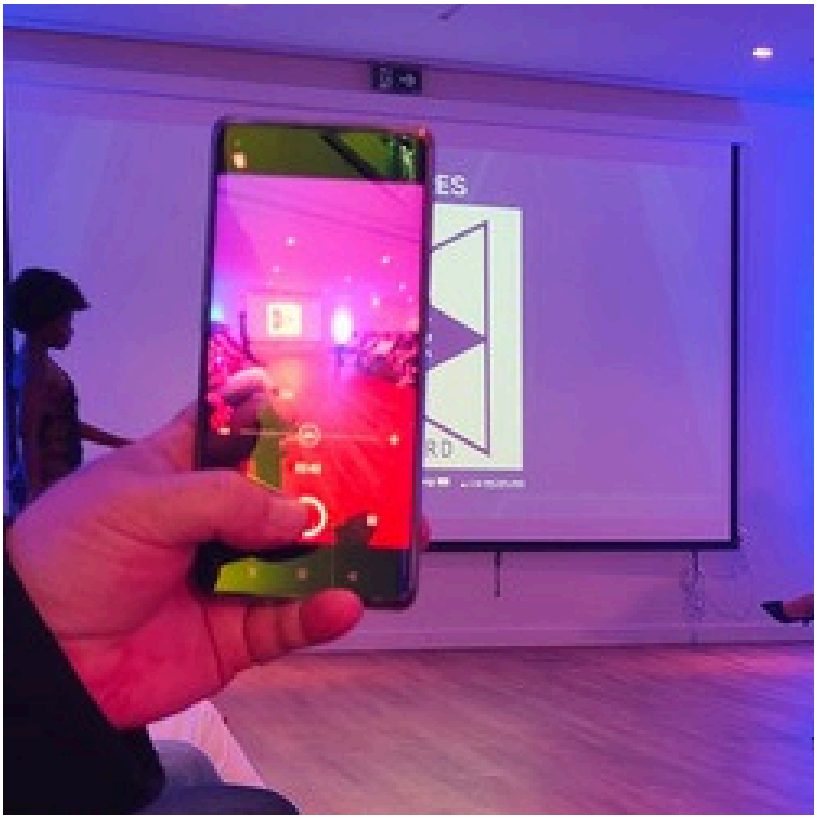
O Modamac também promoverá missões comerciais dentro e fora das regiões e realizará um fórum de **atração de investimentos** com empresas, operadores e produtores do setor têxtil. Além disso, permitirá que várias marcas participem em feiras e outros eventos de moda, como a Semana de Moda de Dakar, a Tenerife *Fashion*, o *Warm Fashion*, o Madeira *Fashion* e o Isla Bonita *Fashion*. Este projeto inovador também promoverá o intercâmbio intercultural com os países africanos vizinhos nas áreas de *design*, produção e *marketing*, tornando-o um impulso para o setor e uma mostra do potencial criativo das regiões.

APRESENTAÇÃO

Enquadrando-se no conceito da parceria e oportunidade proporcionada pelo projeto “MODAMAC”, a AJITER - Associação Juvenil da Ilha Terceira definiu como ponto central da sua ação, o estímulo do potencial criativo e de desenvolvimento econômico do setor da MODA na Região Autónoma dos Açores, com enfoque no seu público alvo, ou seja, os jovens, e partindo das oportunidades associadas à valorização e preservação dos recursos endógenos da região sejam eles os de natureza natural ou do seu património cultural.

Para cumprir com tal desígnio um dos recursos que se consideram, absolutamente, fundamentais é a existência de um um diagnóstico que elenque a grande parte dos agentes cuja atividade, de algum modo, se relaciona com o setor da Moda e que se considera poderem ter um papel muito relevante no desenvolvimento e potenciação deste setor. Este é um recurso que pretendemos utilizar para o desenvolvimento deste projeto bem como disponibilizar à comunidade no âmbito dos objetivos deste estratégia preconizada por esta iniciativa. Por outro lado, este é um ponto de partida, pelo que o presente diagnóstico será complementado como resultado das ações do projeto.

INTRODUÇÃO



Umas das maiores riquezas de um povo são as suas raízes, a sua cultura, as suas tradições, que conduzem a um conjunto de valores que o caracterizam e se constituem numa herança intemporal a preservar. O *design* de moda, na sua constante, procura inspiração no que mais toca as pessoas, particularmente no domínio do material e das emoções, revisitando, com conceitos atuais, as vivências e os símbolos seculares dos povos. Como a relação das pessoas com o vestuário é de uma proximidade infinita, gera-se uma cumplicidade diária, não só funcional, mas também emocional (mesmo que não se tenha consciência disso), daí o enorme poder da moda na exaltação da cultura e das tradições e, consequentemente, na preservação da sua memória, dos seus símbolos e dos seus valores. Várias têm sido as abordagens de *design*, nomeadamente de *design* de moda, utilizando símbolos da herança cultural e das tradições, numa lógica de revisitar o passado, com conceitos de modernidade. A sardinha, icónico pescado da cultura e da gastronomia portuguesa, tornou-se ícone internacional da cidade de Lisboa e é sinónimo de animação, das cosmopolitas festas de verão da capital portuguesa e a sua utilização como elemento decorativo em vestuário não é novidade. Também o Galo de Barcelos é símbolo da portugalidade que carrega consigo muitas das tradições e culturas populares de Portugal e, particularmente, da região minhota. Tendo em conta tudo isto, qual seria então, seguindo a mesma linha de raciocínio, o símbolo da açorianidade?

Que potencial terá o setor da moda nos açores como veículo de propagação da nossa cultura e tradição? É importante perceber a importância do *Design* de Moda nos Açores, em matéria preservação da cultura e tradição açorianas, bem como no desenvolvimento económico da região. Em todo o caso, o desenvolvimento do setor da Moda nos Açores não poderá depender, em exclusivo, do *design*, pelo que será necessária a capacitação de e valorização de várias áreas relevantes, como sejam, por exemplo, a confecção de vestuário.

CONCEITO DE MODA

Do francês “mode”, uma moda é o uso ou um costume que está em voga numa determinada região, durante um certo período. Trata-se de uma tendência adoptada por uma grande parte da sociedade, geralmente associada ao vestuário. A moda pode-se definir como sendo um mecanismo que regula as escolhas e as preferências das pessoas, já que, devido a uma espécie de pressão social, indica-lhes aquilo que devem consumir, utilizar, usar ou fazer. Em suma, a moda torna-se um hábito repetitivo que identifica um sujeito ou um grupo de indivíduos. A moda é uma forma de auto-expressão e autonomia num determinado período e lugar, num contexto específico de roupas, calçados, estilo de vida, acessórios, maquiagem, penteado e postura corporal. Dado o aumento da produção em massa de roupas a preços mais baixos e alcance global, a sustentabilidade tornou-se uma questão urgente entre políticos, marcas e consumidores.

Identificacao do segmento de moda

Têxteis: Preparação e fiação de fibras de algodão ou fibras naturais (como por
exemplo, o linho), fiação de fibras sintéticas e artificiais; fabricação de linhas para costurar e bordar; tecelagem de fios de fibras; fabricação de tecidos de malha; acabamentos em fios, tecidos e artefactos têxteis; fabricação de artefactos de tapeçaria ou cordoaria; fabricação de tecidos especiais.

Confecção: Confecção de peças de roupas íntimas, peças de vestuário e seus
acessórios; confecção de vestuário produzido em malha e tricotagens.Calçado, Bolsas e Acessórios: curtimento e preparação de couro; fabricação de
calçados em couro; fabricação de calçados em qualquer outro material; fabricação de partes para calçados ou outros acessórios; produção de outras peças em couro, tais como bolsas, malas, carteiras, cintos e fivelas; Jóias, Bijutarias e Afins: Extração e beneficiamento de minérios de metais
preciosos; extracção de gemas (pedras preciosas e semipreciosas); extracção de outros minerais não metálicos; metalurgia dos minerais preciosos; lapidação de gemas; fabricação de joalharia, ourivesaria, bijutaria e outros artefactos semelhantes.

Mercado: representantes comerciais, agentes do comércio, atacadistas de têxteis,
calçados, peças de vestuário e roupa intima, acessórios, bolsas e malas; bijuteria e jóias, *designers*.

Conceito de estilo

No universo da moda, o estilo é a forma de expressão predominante numa determinada época. Desta forma, o conceito está associado ao de tendência. Uma pessoa que se veste bem e com roupas que são tendência da moda atual é chamada de estilosa. Nesse sentido, existem algumas controvérsias quanto ao que é e ao que não é estilo, uma vez que a tendência inclina as pessoas para se vestir de forma igual. Mas o que muitos vêem como estilo é a individualidade e exclusividade no modo de vestir de uma pessoa. Muitos defendem que estilo é a forma da pessoa mostrar a sua autenticidade, seja nas roupas que veste, a maquilhagem que utiliza, o penteado que usa ou no seu modo de agir e falar. É trazer a sua identidade para o modo como se comporta e se veste, perante a sociedade. Em conclusão, existem cerca de 7 tipos de estilo: tradicional, casual, elegante, romântico, criativo, dramático e sedutor.

Tipos de estilo

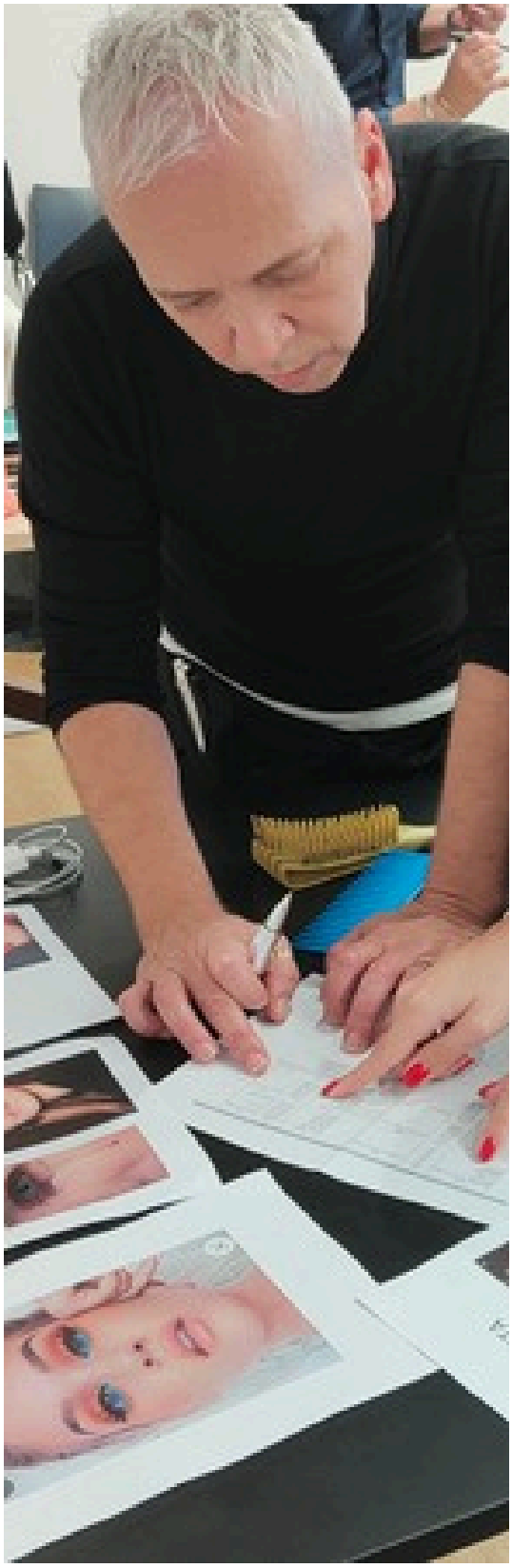
E**stilos Base Tradicional:** O estilo tradicional, que também leva o nome de clássico, é o estilo que possui uma pegada mais atemporal.

Os looks costumam conter que combinam com tudo. Geralmente, quem valoriza um estilo tradicional também costuma gostar de peças de excelente qualidade e grande durabilidade, além de apresentarem bom caimento e serem, normalmente, bastante discretas. Por isso, são compostos por roupas mais sóbrias.

O **estilo elegante** tem algumas características do estilo clássico, usa muita alfaiataria, muitos tecidos planos, ou seja, com pouca textura, cortes retos, modernos e sempre com uma postura muito refinada.

Desportivo/Casual: O principal fundamento deste estilo é optar sempre por peças simples e básicas, combinando-as com acessórios mais vistosos. Tem um toque equilibrado, e por mais que o estilo peça também roupas práticas e confortáveis, é possível adicionar um tom descontraído e vívido ao look, assim sendo as suas principais características são o conforto, elegância, praticidade, sobriedade e delicadeza.

Estilos Complementares



Dramático: o estilo dramático é o mais imponente e marcante. Ele não se prende às tendências, está sempre na vanguarda, e, além disso, tem o poder de colocar em evidência qualquer um que se aproprie dele. O estilo dramático é, definitivamente, a opção perfeita para quem gosta de ter sua imagem pessoal em destaque. Maioritariamente composto por linhas retas e inclinadas na modelagem do tecido, cores intensas e vibrantes e contraste entre cores chamativas e estampas. Também é composto por tecidos armados e com textura, bem como assimetria nas peças.

Criativo: o estilo criativo engloba todos os elementos visuais, desde o mais simples e sóbrio até o mais complexo e impactante. Além disso, o estilo criativo tem um alto poder de abstração e é muito ligado às emoções do utilizador.

Sedutor: o estilo sedutor é composto por peças que remetem para a feminilidade e sensualidade. É maioritariamente composto por peças com decotes e recortes evidenciados, fendas e cores chamativas.

Romântico: o estilo romântico mostra leveza e doçura. As peças são soltas e fluidas no corpo, como saias rodadas e blusas com pregas, acrescentando detalhes como rendas, bordados e laços., normalmente de tons claros e pastéis, estampas florais ou que remetem ao universo infantil como bolinhas e corações, entre outras.

Designers Açorianos

MODA AZORES

Sara França

"Tirou um curso profissional de *design* de moda e começou em 2009"

https://pt-pt.facebook.com/sarafrancaofficial/

A açoriana Sara França, *designer* e empreendedora, é uma jovem criadora de coleções femininas e super confortáveis. A feminilidade é mesmo uma das principais características das várias coleções "Sara França". Desde sempre quis seguir carreira na área das artes. Tirou um curso profissional de *design* de moda e começa em 2009, estágio curricular na Fábrica de confeção DINIZ & CRUZ seguindo-se outro estágio na Leonardo Da vinci em Sevilha no atelier Fernando Claro Alta Costura e trabalhou no Burgueses durante 2 anos até ser convidada por eles para participar como guest *Designer* na colecção ss14 para a moda Lisboa. Já em 2014 começou a trabalhar com o Nuno Gama, e em 2015 começo a marca SARA FRANÇA e desde então se dedica a full time. "Sara França" é comercializada sob o seu nome individual, com morada na Rua Pedro Homem 11 9500-099 Ponta Delgada – Portugal.

Daniela Lopes

“Atualmente, faz dos bordados tradicionais, moda na California, Estados Unidos”

http://www.labjovem.pt/juris/ver.php?id=162

Daniela Lopes nasceu na Ilha Terceira a 10 de Janeiro de 1982. Em Outubro de 2001 apresenta o seu primeiro trabalho em moda, numa exposição de dois coordenados e vários croquis no Salão Nobre da Câmara Municipal de Angra do Heroísmo. Em Fevereiro do ano seguinte inicia uma rubrica semanal dedicada á moda “XXL... exceda-se”, com a colega Ana Brasil, no Jornal “a União”. Em 2004 dá continuidade à rubrica, mas desta feita sozinha e dá a cobertura exclusiva da III Edição do Modaçores, dedicada á moda Regional e Nacional em Ponta Delgada. A 17 de Setembro do mesmo ano estreia-se nas passerelles como estilista na I Edição da Expomoda promovida pela Câmara de Comercio de Angra do Heroísmo e poucos dias depois participa, com um stand expositor da sua marca na Expomulher organizada também por aquela entidade.Participou, também na IV Edição do Modaçores com a colecção “Angra uma Baía no Atlântico” em Ponta Delgada e em desfiles de moda das Sanjoaninas. Realizou um desfile no espaço restaurante/bar “Copos & Companhia”, com a apresentação da colecção “Strass” e da colecção idealizada e confeccionada para as funcionárias daquele espaço nocturno num total de 15 coordenados. Foi júri do casting para o evento da Fashion TV no Hotel do Caracol, fez parte da organização do desfile de Moda integrado nas Feiras Agrícolas, participou na V Edição do Modaçores em Ponta Delgada com a colecção “Strass”. Participou também na II Edição do Angra Fashion no Centro Cultural de Angra do Heroísmo e na VI Edição do Modaçores com a colecção “Dancing around the World”. Encabeça a organização da 1a e 2a Gala a Favor do Núcleo Regional dos Açores da Liga Contra o Cancro “Uma Noite pela Vida!”, jantar, no desfile e Stand, na Feira de noivos e moda na Expolook em Vila Franca do Campo. Atualmente, faz dos bordados tradicionais, moda na California, Estados Unidos.

Carolina Moreira

“O objetivo é contribuir para um consumo mais consciente e para um futuro melhor na moda”

https://www.lusbycm.com/

LUS by Carolina Moreira é uma marca de moda consciente, sediada nos Açores. O *design* da marca é sobre Leveza, Unicidade e Simplicidade, oferecendo peças intemporais, especiais e únicas. O objetivo é contribuir para um consumo mais consciente e para um futuro melhor na moda. A mensagem da marca foca-se na simplicidade e no que realmente é importante na vida e nos preenche enquanto seres humanos. O *design* minimalista faz com que as peças vão além do tempo e do espaço, oferecendo-lhes um ciclo de vida prolongado. Como marca ética e ecológica, optam por se focar na utilização de fibras de origem natural, recicladas e práticas de desperdício zero, através de um processo de fabricação ético, responsável, transparente e justo em todas as suas etapas. Todas as peças de vestuário são feitas de materiais de qualidade e produzidas em Portugal, em pequena escala / por encomenda. Nascida em São Miguel e apaixonada por moda minimalista, Carolina Moreira formou-se em *Design* de Moda em 2017 e fundou a marca LUS em 2018. Acredita que o *design* é uma forma de expressar emoções, as quais ganham vida através da arte desenvolvida. Tem como base da sua estética o minimalismo e as cores neutras, o que se traduz numa delicadeza e sensibilidade já características de todas as suas criações. LUS by Carolina Moreira nasce de um sonho: o sonho de lançar uma marca de roupa nos Açores. Quando a *designer* decidiu formar-se em moda, já foi com o objetivo de lançar a marca assim que regressasse a casa. O conceito da marca foi desenvolvido e aprofundado em paralelo à sua formação e surgiu após ter ganho consciência das consequências negativas da indústria da moda atual no meio ambiente e na saúde humana. Sendo uma pessoa extremamente ligada à natureza e ao bem-estar físico e emocional, Carolina, a partir do seu sonho, decidiu criar uma marca que respeitasse os seus ideais e que respondesse às necessidades urgentes do planeta.

Ana Margarida Silva

“teve... a grande honra de encerrar o desfile produzido pela organização *Flying Solo*”

https://www.facebook.com/people/Anna-Margarette/100063548882232/

Açoriana, natural da ilha do Faial, freguesia das Angústias, apresentou a sua marca Anna Margarette com uma colecção na Semana de Moda de Nova Iorque, que é uma das quatro mais importantes semanas de moda do mundo. A jovem, que estudou em Lisboa e reside em Londres, teve, como refere, “a grande honra de encerrar o desfile produzido pela organização *Flying Solo*”. Não tem atelier físico uma vez que todas as peças que efectua são exclusivas e compradas por clientes particulares. No entanto, não trabalha só com a sua marca, também trabalha com a marca internacional *Killstar* que vende ao nível mundial. É uma marca mais comercial e especifica quanto ao público. Nela desenha de tudo desde sapatos, malas, óculos, joalharia, malas, carteiras, acessórios para o cabelo, chapéus, roupa interior, roupa de mulher e roupa de homem. Depois de conhecida a sua participação na Semana da Moda em Nova Iorque, sabemos que terminou a sua licenciatura em *Design* de Moda e Têxtil em Julho de 2010 e foi nessa mesma altura que decidiu que queria começar a sua própria marca de nome “Anna Margarette”, e a escolha deste nome aconteceu porque na altura queria algo característico, algo que não existisse enquanto marca de vestuário e que pudesse um dia vir a destacar- se na indústria. Começou a Anna Margarette com um desfile na ilha do Faial, na marina da Horta, que até hoje a marcou pelo apoio e quantidade de pessoas que assistiram. Posteriormente, começou o mestrado em *Design* de Moda na Faculdade de Arquitectura de Lisboa, que viria a ocasionar muitas mais oportunidades, das quais se destaca a participação em *Fashion Five*, Guimarães e a International *Fashion Showcase*, *London Fashion Week*.

Felipe Baptista

“De 2010 a 2018, trabalhou como diretor criativo da Lacoste. Sob sua gestão na Lacoste, as receitas cresceram de cerca de 1 bilhão de euros em 2009 para mais de 2 bilhões de euros em 2016”

https://www.instagram.com/felipeoliveirabaptista/?hl=en

Nascido em 1975, nos Açores, Felipe Batista é um *designer* que vive e trabalha em Paris. Formou-se na Kingston University em Londres, onde estudou *design* de moda. Após a formatura, trabalhou para Max Mara, Christophe Lemaire e Cerruti. Em 2002 ganhou o *Grand Prix* do Festival Internacional de Hyères e em 2003 ganhou o ANDAM/LVMH *Fashion Award*. Em 2003 fundou sua própria marca Felipe Oliveira Baptista com sua sócia Séverine Oliveira Baptista. Em 2005, foi convidado a desfilar pela primeira vez no calendário oficial da Alta-Costura e ganhou o Prêmio ANDAM/LVMH de Moda.

Em 2009, ele fez seu primeiro desfile durante a Paris *Fashion Week* de prêt-à-porter. Além de trabalhar na sua própria marca, Oliveira Baptista foi convidado pela Uniqlo para colaborar na realização de uma coleção cápsula de 2006. Em 2008, a Nike encomendou-lhe um livro sobre um projeto chamado "AW77". De 2010 a 2018, trabalhou como diretor criativo da Lacoste. Sob sua gestão na Lacoste, as receitas cresceram de cerca de 1 bilhão de euros em 2009 para mais de 2 bilhões de euros em 2016.

Cláudia Borges

“Em 2013 materializou um sonho antigo ao fundar a Dinina *Design®*”

https://www.facebook.com/dininadesign/about?locale=pt_PT

A *designer* Cláudia Borges é uma mulher criativa, amante do mar e é apaixonada por livros e viagens. Em 2013 materializou um sonho antigo ao fundar a Dinina *Design*®, quando a sua criatividade adormecida despertou de novo. A Dinina *Design* é uma marca portuguesa de moda (acessórios e roupa), sediada nos Açores e registada desde 2013. Inicialmente estava direcionada essencialmente para mulheres arrojadas e apreciadoras de chapéus e carteiras exclusivas.

Hoje continua direcionada para pessoas arrojadas, fruto da evolução do leque de oferta de artigos criados, confecionados e manufacturados pela Dinina *Design*®. Neste processo de crescimento e de alargar horizontes a marca foi efectuando parcerias com artistas e artesões com o intuito de criar sempre peças exclusivas mantendo-se contudo, sempre fiel à sua assinatura marca Exquisitely simple!

Andreia Fernandes

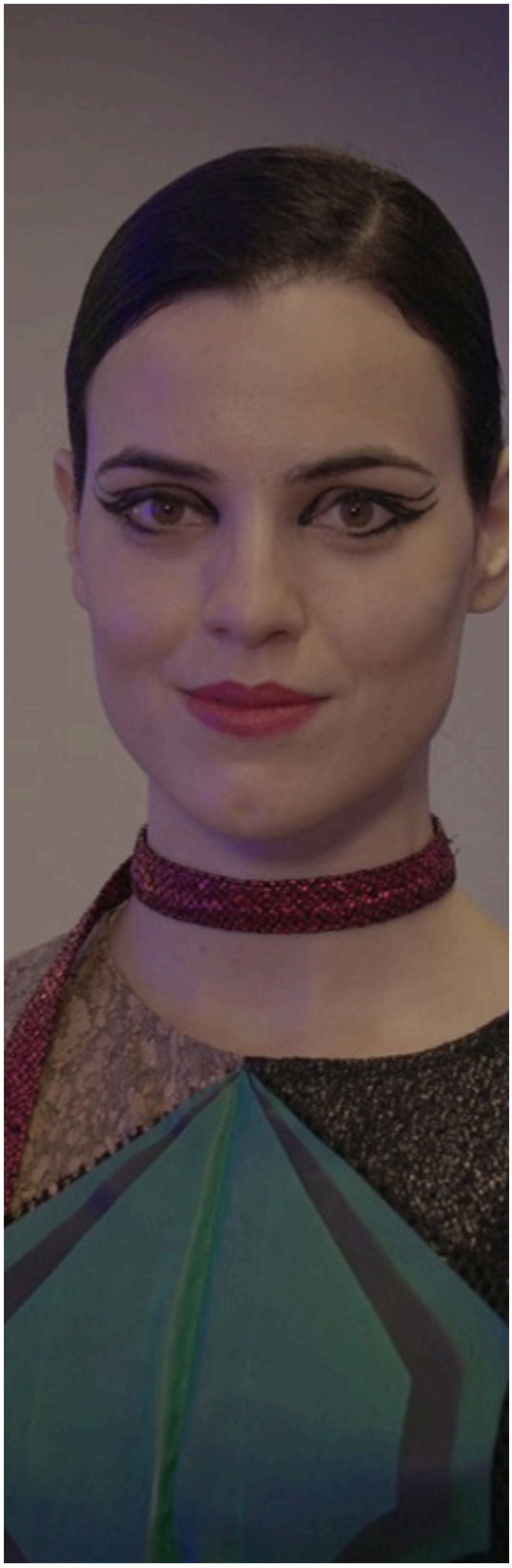
“Em 2021 criou a marca de peças de vestuário com aplicação de bordados e rendas açorianos ATLASazores”

https://www.facebook.com/ATLASazores

Andreia Fernandes licenciou-se em jornalismo e trabalhou em marketing durante vários anos. Aos 40 decidiu concretizar um sonho com sabor a infância: a confeção de vestuário intemporal. Entre rendas, bordados e palavras, é como vive a terceirense detentora da marca ATLASazores. Nasceu em Angra do Heroísmo, a 14 de julho de 1979. Viveu em Coimbra, até concluir a licenciatura em Jornalismo, a que se dedicou nos primeiros anos de vida profissional, de regresso aos Açores, na imprensa e televisão regionais. Nos anos seguintes exerceu Comunicação de Marketing, na empresa da família, a Terauto, e complementou a sua formação com Pós-Graduação, pela Universidade Aberta, em Gestão. Em 2021 criou a marca de peças de vestuário com aplicação de bordados e rendas açorianos ATLASazores. Atualmente está a moderar o programa Política de Saltos Altos, no Rádio Club de Angra e integra a direção do Instituto Açoriano de Cultura. Cresceu entre tecidos e prateleiras de roupa. A sua mãe tinha uma loja de vestuário infantil na Rua de São João (a Formiguinha). E as suass tias eram costureiras. A terceirense garante que a escolha de rendas e bordados açorianos conferem às suas peças “A intemporalidade e a internacionalização e que arte feita pelas nossas mãos é intemporal e sem fronteiras. E o que pretende para a Atlas é manter uma marca personalizada, individual, sem os padrões da indústria, que caiba em todos os corpos e sirva o gosto de cada um, que tenha valor próprio e que agrade aos de dentro e aos de fora, que apreciam o que é genuíno”. Andreia é habilidosa também no desenho, começa por desenhar a peça, depois é confecionada pela costureira. Escolhe os desenhos dos bordados e rendas que quer aplicar, decalca-os na peça, e finalmente são executados pela bordadeira.

Um ano depois da criação desta nova marca o balanço é bastante positivo, com uma evolução cuidadosa. Os materiais privilegiados são preferencialmente tecidos naturais, sobretudo linho, mas também seda. A primeira coleção, Nuvens, foi criada em linho branco. Entretanto começou uma nova coleção Basalto, em linho preto.

Confecção de vestuário



Catarina Brum – Maquilhadora Profissional
Contato 913 183 725

Ana Pires Makeup
Contato 925 305 366

Gabriela Oliveira – Maquilhadora Profissional
Endereço nas redes sociais
https://www.instagram.com/make_gabs/

Natália Areias
Contato 963 756 159

Mak'u'UP by Sofia Nunes
Endereço nas redes sociais:
https://www.facebook.com/MakuUpbySofiaNunes

Design e Confecção de Bijutaria

MODA AZORES

João Drummond Ornelas

“...escolheu as pétalas de sempre vivas e de lavanda do mar como matéria prima de trabalho através da agricultura de *design* floral...”

http://www.labjovem.pt/juris/ver.php?id=162

Foi em meados do ano de 2020, que João Drummond Ornelas, escolheu as pétalas de sempre vivas e de lavanda do mar como matéria prima de trabalho através da agricultura de *design* floral, que passa pelo cultivo e arranjo de flores. Começou o seu negócio de forma espontânea, e essencialmente tudo começou devido à pandemia, pois nessa altura já cultivava flores essencialmente para eventos familiares. Fez alguns trabalhos inicialmente para o casamento de uma sobrinha sua e foi-lhe sugerido que criasse uma página online onde mostrasse os seus trabalhos. A partir desse momento, começou a ter procura e não tinha *stock* suficiente para responder aos pedidos e percebeu que tinha potencial para gerar negócio.

João Drummonde Ornelas é Licenciado em Engenharia Agrícola, possui Mestrado em
Enologia e Doutoramento em Fitotecnia, mas apesar de ter muito interesse pela área botânica nunca imaginou que o seu futuro profissional, passasse pela agricultura floral e atualmente, faz desta a sua vida. João Ornelas, é responsável pela produção e *design* das flores que utiliza como matéria prima e costuma dizer que o melhor da vida acontece sem grandes planos e foi assim que tudo se proporcionou. João possui um armazém inserido na sua exploração agrícola, onde tudo se processa, desde a produção, colheita, a secagem das flores e a elaboração de arranjos florais e outros trabalhos, como as famosas jóias de *design* floral, disponíveis para venda na sua página e em mercados e feiras tradicionais da ilha. Escolheu a espécie das flores por serem fáceis de desidratar, possuirem todas as cores existentes e permitirem uma produção durante todo o ano e, também por remeterem a memórias da infância, uma vez que estas plantas estão presentes na maioria dos jardins de familiares e amigos.

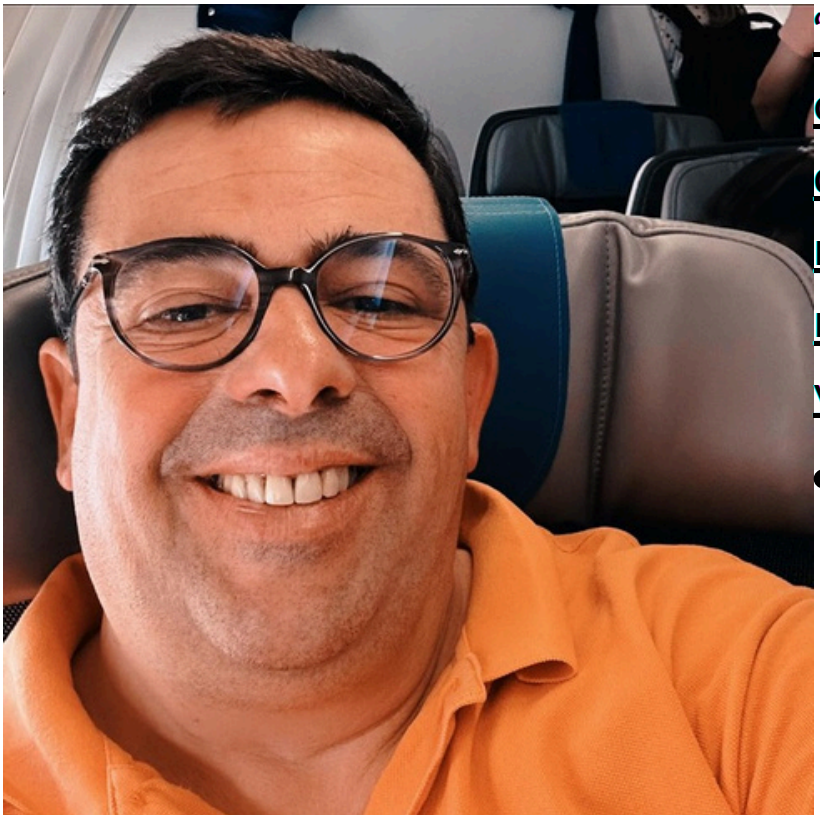
Romeu Bettencourt

“Em 2016, decide criar a sua própria marca e é galardoado com o prémio *Designer* Revelação em Joalharia”

http://www.romeubettencourt.com/

Nasceu na ilha de São Miguel, Açores. Viaja ainda novo para o Porto, onde inicia a sua formação na Escola Secundária Artística Soares dos Reis. Em 2006, ruma à Escócia para estudar no *North Glasgow College*, e em 2007 entra na ESAD – Escola Superior de Artes e *Design*, Matosinhos, licenciando-se em Joalharia. Foi um dos 60 finalistas seleccionados, entre 600 concorrentes, de várias especialidades, a nível mundial, presente na Schmuck 2011, em Munique, Alemanha e posteriormente em Cagnes-sur-Mer, em França. Em 2014, fez parte de uma selecção de 90 peças escolhidas pela Comissária Marie-José van den Hout. Este trabalho partiu de um conjunto de 500 peças de diferentes artistas para a exposição PIN 10 Years exhibition, na Sociedade Nacional de Belas Artes, Lisboa, Portugal. Em 2016, decide criar a sua própria marca e é galardoado com o prémio *Designer* Revelação em Joalharia. Desde 2011, faz parte dos jurados nas provas de joalharia do Portugal *Skills*. Em 2019, foi convidado a desenhar e produzir o Cálice comemorativo dos 60 anos de elevação do Santo Cristo a Santuário Diocesano.

Paulo do Vale



"O *design* e a contemporaneidade das suas joias têm merecido reconhecimento a vários níveis, ..."

http://artesanato.azores.gov.pt/azores-crafts/paulo-do-vale/

Paulo do Vale criou a sua marca em 1999. Sob o nome de "ouro negro dos Açores", Paulo Vale produz joalharia, conjugando com o basalto o ouro e a prata. O *design* e a contemporaneidade das suas joias têm merecido reconhecimento a vários níveis, não só nas sucessivas participações que tem registado em certames nacionais e internacionais, como também com prémios nacionais de grande relevo. Este terá sido o forte argumento para a escolha do Presidente da República Portuguesa de um colar da autoria de Paulo do Vale, como presente de Estado, à Rainha da Jordânia.

Catarina Alves

“A sua marca, Pedras de Lava, surgiu em 2009 quando passou a dedicar-se à bijuteria artesanal.”

https://pedrasdelava.com/language/pt/

Catarina Alves nasceu nos Açores, tem formação em Escultura-Belas Artes e apaixonou-se pelas pedras. A sua marca, Pedras de Lava, surgiu em 2009 quando passou a dedicar-se à bijuteria artesanal. Pedras de Lava tem inspiração na natureza e no artesanato dos Açores, incluindo também uma preocupação ambiental, com a reutilização e valorização de diversos materiais residuais e elementos da natureza, dando lugar a peças únicas, originais e criativas.

Carla Silva

"...começou a criar peças de bijuteria fina e hoje continua a criá-las com a intenção de ir ao encontro de quem as procura não só como adereço."

https://pt-pt.facebook.com/pages/category/Jewelry-Watches/Carla-Silva-Creations-691110190974622 /

Carla Silva tem uma licenciatura em Tecnologia Agro Alimentar, mas dedicou-se a outra área pela qual sempre se sentiu atraída desde muito jovem. No início de 2013, por motivos familiares foi viver para a Colombia. Neste país cheio de cores quentes e exóticas, observou uma cultura muito rica e onde as oportunidades e sonhos poderiam ser concretizados. Com a ajuda de alguns amigos, descobriu que no seu tempo livre podia fazer aquilo que nunca tinha posto em prática em Portugal, por falta de oportunidade e de recursos. Começou por fazer escultura, e a frequentar ambientes artísticos, e então surgiu a possibilidade de fazer um curso de bijuteria artesanal com pedras semi preciosas. A partir daí começou a criar peças de bijuteria fina e hoje continua a criá-las com a intenção de ir ao encontro de quem as procura não só como adereço, mas como forma de se equilibrar e proteger, tendo em conta que as pedras que utiliza tem uma forte conotação espiritual. No espaço Carla Silva *CREATIONS*, encontra à venda as suas peças de joalheria artesanal, peças que são únicas, não podendo ser reproduzidas semelhantes.

Inês Arbórea

“Através do seu trabalho procura valorizar e gerar uma maior apreciação pelos recursos autóctones dos Açores.”

https://www.instagram.com/inesarborea/

Inês Arbórea (Inês Costa e Silva), é artesã e escultora, natural da ilha Terceira. Com pai artesão e escultor e avó engenheira agrónoma e florista, apaixonou-se desde muito cedo por estes dois mundos, que no seu trabalho se cruzam e complementamm: a arte e as plantas. As suas matérias primas de eleição são o papel, um material orgânico e altamente versátil, nobre e humilde. Manipula-o em três dimensões: através da escultura e das jóias e em duas dimensões: através da ilustração e gravura. E o grés vulcânico, uma pasta cerâmica de origem local com a qual constrói, maioritariamente, jóias cozidas a alta temperatura. Participou nas exposições “Arbórea” - 2021 no Instituto Açoriano da Cultura - e nos “Elementos à Solta” - 2018 e 2021 na Cerdeira *Home for Creativity*. Em 2020, em conjunto com o seu pai, o escultor Renato Costa e Silva e a escultora Kerstin Thomas, criaram o Magma Atelier, em Angra do Heroísmo. Atualmente gere este espaço, dedicado à exposição e venda de trabalhos dos três artistas e à organização de *workshops*. É também onde desenvolve as suas criações. Através do seu trabalho procura valorizar e gerar uma maior apreciação pelos recursos autóctones dos Açores.

Maquilhagem

Catarina Brum – Maquilhadora Profissional
Contato 913 183 725

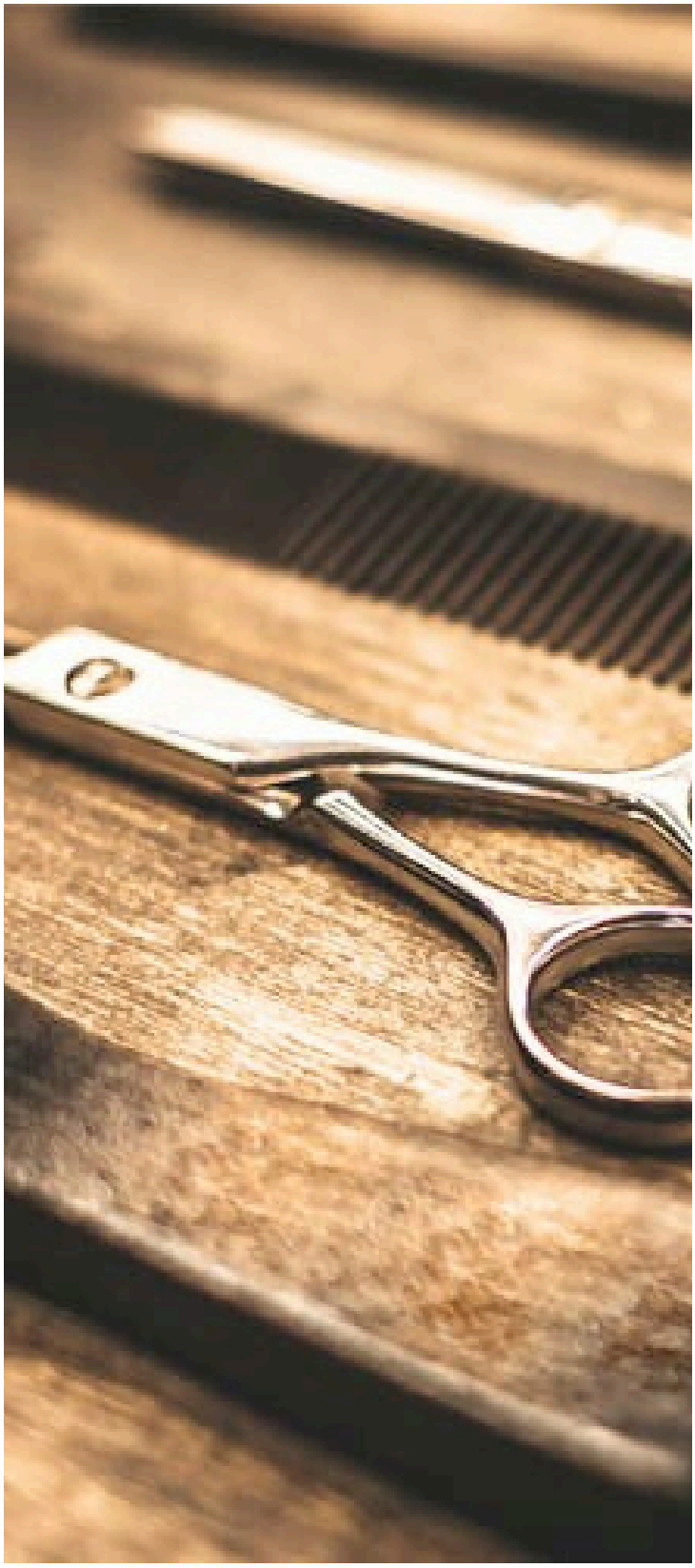
Ana Pires Makeup
Contato 925 305 366

Gabriela Oliveira – Maquilhadora Profissional
Endereço nas redes sociais
https://www.instagram.com/make_gabs/

Natália Areias
Contato 963 756 159

Mak'u'UP by Sofia Nunes
Endereço nas redes sociais:
https://www.facebook.com/MakuUpbySofiaNunes

Cabeleireiro



Juliana Kellen Cabeleireira e Estética
Endereço redes sociais
https://www.facebook.com/jukellencabeleireiraeestetica/?locale=pt_PT

Paula Rego Cabeleireiros
Contato: 960 027 563

5th Avenue Hair Studio Carla Vieira
Contato296 098 673

Martin Cabeleireiros
Contato 961 483 736

Cristian Barber Shop
Contato 967 502 521

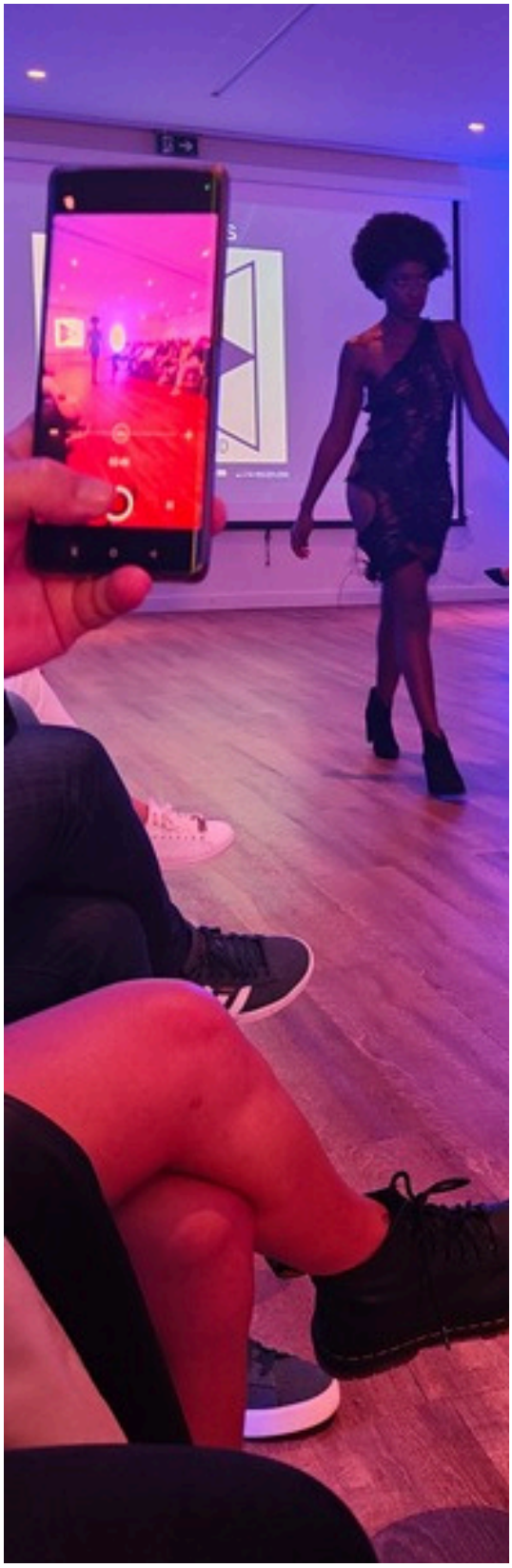
Poison Barber Shop
Contato 295 543 214

Argentino Cabeleireiro
Contato 295 217 054

Luís Rocha Cabeleireiros
Contato 292 293 782

The Barbershop by João Rocha
Contato: 967 820 588

Materiais



Palmira Tecidos –
Endereço nas redes sociais:
https://www.facebook.com/palmiratecidoseconfecao/?locale=pt_PT

Modelina Tecidos –
Endereço nas redes sociais:
https://www.facebook.com/modelina.tecidos/?locale=pt_PT

Loja Vidal –
Endereço nas redes sociais:
https://www.facebook.com/people/Loja-Vidal/100057357343995/

Retrosaria Ponta Delgada – Arte e Prendas
Endereço nas redes sociais: https://arteeprendas.com/

Retrosaria Pano Pra Mangas –
Endereço nas redes sociais:
https://www.facebook.com/lojapanopramangas/?locale=pt_PT

Retrosaria da Cidade –
Contato: 296 281 346

Ficha Tecnica

Ficha Técnica Título: Diagnóstico do Setor da Moda nos Açores - A Importância da Moda na Valorização Económica, Inovação e Preservação da Cultura e Tradição e Recursos Endógenos dos Açores
Edição: AJITER - Associação Juvenil da Ilha Terceira Versão: 1.0
Data: Dezembro de 2023

Coordenação: Décio Santos

Colaboração:
Ana Evangelho
Carolina Vieira
Joana Silva

Financiamento:
Projeto MODAMAC CódigoMAC2/2.3d/271
Programa de Cooperação
INTERREG V A Espanha-Portugal
MAC (Madeira –Açores-Canárias) 2014- 20120

MODAZORES

ISSUE NO. 3

NOVEMBER 2019