



“MODAMAC”

MODA AÇORES

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

**DIAGNÓSTICO PRELIMINAR
(2022)**



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.

ÍNDICE

Apresentação	5
Introdução	6
Conceito de Moda	8
Identificação do Segmento Moda	9
Conceito de Estilo	11
Tipos de Estilo	12/13
Design de Vestuário	14
Sara França	15
Daniela Lopes	16
Carolina Moreira	17
Ana Margarida Silva	18
Filipe Oliveira Batista	19
Confeção de Vestuário	20
Ateliers e Contactos	21
Design e Confeção de Jóias/Bijuteria	22
João Drummond Ornelas	23/24
Romeu Bettencourt	25
Paulo do Vale	26
Catarina Alves	27
Maquilhagem	28
Makeup Artist's e Contatos	29
Cabeleireiro	30
Cabeleireiros e Contatos	31
Materiais	32
Vendedores e Contatos	33
Matérias Primas Endogénas	34
Exemplos e Figuras Ilustrativas	35-37

Ficha Técnica38

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 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.

Angra do Heroísmo, 2022

O Presidente da AJITER

Décio Manuel Lourenço Santos

Introdução

Um 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, conseqüentemente, 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 visitar 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.

Palavras – chave

| Design de Moda | Herança Cultural | Preservação de Tradições Açorianas | Potencial no Futuro | Macaronésia | Empreendedorismo | Valorização

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.

Identificação do segmento da moda:

- 1. 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.
- 2. Confeção:** Confeção de peças de roupas íntimas, peças de vestuário e seus acessórios; confecção de vestuário produzido em malha e tricotagens.
- 3. 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;
- 4. 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 joalheria, ourivesaria, bijutaria e outros artefactos semelhantes.
- 5. Mercado:** representantes comerciais, agentes do comércio, atacadistas de têxteis, calçados, peças de vestuário e roupa íntima, 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 maquiagem 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

- **Estilos 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.

Elegante: 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.

É composto por linhas retas ou curvas, cores intensas ou opacas, ou seja, existe uma variante quase infinita de mix de texturas, estampas, assimetrias e peças com design divertido, que são muito recorrentes neste tipo de look.

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.

Design de Vestuário

Sara França

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 coleção 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.



A Sara França é comercializada sob o seu nome individual, com morada na Rua Pedro Homem Nº11 9500-099 Ponta Delgada – Portugal.

Endereço nas redes sociais:

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

Daniela Lopes

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.

Endereço nas redes sociais:

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

Carolina Moreira

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.

Endereço nas redes sociais:

<https://www.lusbycm.com/>



Ana Margarida Silva

Ana Margarida da Silva, açoriana, natural da ilha do Faial, freguesia das Angústias, apresentou a sua marca Anna Margarete 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 Margarete”, 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 Margarete 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.

Endereço nas redes sociais:

<https://www.facebook.com/people/Anna-Margarete/100063548882232/>

Felipe Oliveira Baptista

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.

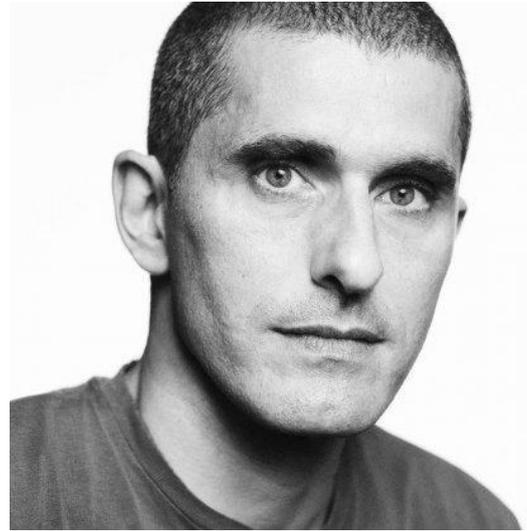
Em 2003 fundou sua própria marca Felipe Oliveira Baptista com sua sócia Séverine Oliveira Baptista.

Em 2005, foi convidado a desfilas 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.



Endereço nas redes sociais:

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

Confeção de Vestuário

- Etis Costura
Contato: 295 512 691
- Cecília Pereira – Atelier de Costura
Contato: 912 131 994
- MJA – Atelier de Costura
Contato: 296452370
Email: mja.atelierdecostura@gmail.com.
- Bárbara Handmade
Endereço nas redes sociais:
<https://www.facebook.com/handmade.barbaraa/>
- Colchete
Contato: 962 639 149
- Atelier de Costura Gorete Andrade
Endereço nas redes sociais:
<https://www.instagram.com/goreteandradeatelier>

Design e Confeção de Jóias/ Bijutaria

João Drummond Ornelas

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 Drummond 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, possuem todas as cores existentes e permitem 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.

Endereço nas redes sociais: <https://www.facebook.com/people/Jo%C3%A3o->

Romeu Bettencourt

Romeu Bettencourt 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, rumo à Escócia para estudar no North Glasgow College, e em 2007 entra na ESAD – Escola Superior de Artes e Design, Matosinhos, licenciando-se em Joalheria.

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 Joalheria. Desde 2011, faz parte dos jurados nas provas de joalheria 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.

Endereço nas redes sociais: <http://www.romeubettencourt.com/>

Paulo do Vale

Paulo do Vale criou a sua marca em 1999. Sob o nome de “ouro negro dos Açores”, Paulo Vale produz joalheria, 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.



Endereço nas redes sociais: <http://artesanato.azores.gov.pt/azores-crafts/paulo-do-vale/>

Catarina Alves

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.



Endereço nas redes sociais: <https://pedrasdelava.com/language/pt/#>

Maquilhagem

- Catarina Brum – Maquilhadora Profissional
Contacto 913 183 725
- Ana Pires Makeup
Contacto 925 305 366
- Gabriela Oliveira – Maquilhadora Profissional
Endereço nas redes sociais https://www.instagram.com/make_gabs/
- Natália Areias
Contacto 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
Contato 296 098 673

- 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://arteprendas.com/>
- Retrosaria Pano Pra Mangas –
Endereço nas redes sociais:
https://www.facebook.com/lojapanopramangas/?locale=pt_PT
- Retrosaria da Cidade –
Contato: 296 281 346

Matérias Primas Endógenas

Linho



Palha de trigo



Folha de milho



Basalto Negro



Cortiça



Ígneas



Folhas de Louro



Ignimbrito



Criptoméria



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 (DIAGNÓSTICO PRELIMINAR)

Edição:

AJITER - Associação Juvenil da Ilha Terceira

Versão:

1.0

Data:

Setembro de 2022

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,

