

Coleção de Moda Sustentável - Marca And0ii

André Rodrigues Ferreira

Nº20221787

Orientadores

Professora Joana Filipa Tomé Góis Silva

Professora Maria Cristina Queijeiro Borges de Almeida

Trabalho de Projeto apresentado à Escola Superior de Artes Aplicadas do Instituto Politécnico de Castelo Branco para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Licenciatura em Design de Moda e Têxtil, realizada sob a orientação científica do (a) professora especialista Joana Góis nome do professor, categoria profissional professora adjunta convidada e do (a) professora mestre Cristina Queijeiro Almeida nome do professor, categoria profissional professora adjunta, do Instituto Politécnico de Castelo Branco.

Junho 2025

Composição do júri

Presidente do júri

Professora Especialista Carla Isabel Roque Rodrigues, Professora Adjunta do Instituto Politécnico de Castelo Branco, Licenciada em Design de Moda e Têxtil e Especialista em Modelagem e Confeção

Vogais

Professora Especialista Alexandra Eduarda Botelho Moura, Professora Adjunta Convidada do Instituto Politécnico de Castelo Branco, Licenciada em Design de Moda e Têxtil e Especialista em Design de Moda

Professora Especialista Joana Filipa Tomé Góis da Silva, Professora Adjunta Convidada do Instituto Politécnico de Castelo Branco, Licenciada em Design de Moda e Têxtil e Especialista em Design de Moda

Professora Mestre Maria Cristina Queijeiro Borges de Almeida, Professora Adjunta do Instituto Politécnico de Castelo Branco, Licenciada em Engenharia Têxtil e Mestre em Gestão da Produção Têxtil

Agradecimentos

Queria agradecer em especial às minhas professoras orientadoras, Cristina Queijeiro e Joana Góis, pela a dedicação de ajudar-me no desenvolvimento deste projeto.

Agradeço aos vendedores da vinted por terem me vendido as camisolas para este projeto para reaproveitar e criar uma peça nova.

Resumo

O presente trabalho apresenta o desenvolvimento de um projeto autoral centrado na criação de uma coleção de moda assente na técnica de upcycling. Este trabalho propõe-se como uma resposta consciente e criativa à lógica de consumo excessivo que domina a indústria da moda atual, demonstrando que é possível vestir com identidade, intenção e propósito, mesmo com recursos limitados.

Através da reutilização de materiais e da aplicação dos princípios da economia circular, o projeto valoriza o prolongamento do ciclo de vida das peças, promovendo uma abordagem sustentável e ética. O upcycling surge, neste contexto, não apenas como uma técnica, mas como uma postura crítica, que questiona os modelos convencionais de produção e consumo, e que aposta na reinvenção estética a partir do que já existe.

A coleção criada reflete uma linguagem visual própria, fortemente conceptual e emocional, abordando temas como identidade, espiritualidade, corpo e memória. Cada peça carrega um percurso único, sendo fruto de processos intuitivos e experimentais, em diálogo constante com o material disponível. Mais do que objetos de vestuário, estas criações procuram estabelecer uma relação afetiva com quem as veste, incentivando uma nova consciência sobre o valor da roupa.

Este projeto representa, igualmente, a síntese das aprendizagens adquiridas ao longo dos três anos da licenciatura em Design de Moda e Têxtil. Ao longo do processo foram aplicadas ferramentas de organização e planeamento – como tabelas, organogramas, esquemas e registos visuais – que permitiram estruturar de forma clara e coerente todas as etapas da investigação, da conceção à concretização da coleção.

De forma geral, o trabalho apresenta-se como uma reflexão sobre o papel do designer de moda na atualidade e sobre as possibilidades de uma prática mais responsável, criativa e emocionalmente envolvente. Ao articular sustentabilidade, expressão pessoal e pensamento crítico, o projeto pretende contribuir para uma moda com mais significado e menor impacto ambiental.

Palavras chave

Sustentabilidade, Upcycling, Ready-to-Wear, Conceptual, Dualismo

Abstract

This work presents the development of an original project focused on the creation of a fashion collection based on the technique of upcycling. The work stands as a conscious and creative response to the excessive consumption that defines today's fashion industry, aiming to demonstrate that it is possible to dress with identity, intention, and purpose, even with limited resources.

Through the reuse of materials and the application of circular economy principles, the project highlights the importance of extending the life cycle of garments, promoting a sustainable and ethical approach. In this context, upcycling is explored not only as a technique but also as a critical stance—one that questions conventional models of production and consumption, and embraces aesthetic reinvention based on what already exists.

The resulting collection expresses a distinct visual language that is both conceptual and emotional, addressing themes such as identity, spirituality, the body, and memory. Each piece carries a unique journey, born from intuitive and experimental processes in constant dialogue with the materials at hand. More than garments, these creations aim to foster an emotional connection with the wearer, encouraging a renewed awareness of the value of clothing.

This project also represents the synthesis of knowledge and skills acquired over the three years of the Fashion and Textile Design degree. Throughout the process, various organisational and planning tools—such as tables, flowcharts, diagrams, and visual records—were applied to clearly and coherently structure all stages of research, design, and execution.

Overall, the project is proposed as a reflection on the role of the fashion designer today and the possibilities for a more responsible, creative, and emotionally engaging practice. By combining sustainability, personal expression, and critical thinking, the project aims to contribute to a more meaningful and environmentally conscious fashion industry.

Keywords

Sustainability, Upcycling, Ready-to-Wear, Conceptual, Dualism

Índice geral

1. Introdução.....	1
1.1. Problemas e Objetivos.....	2
1.2. Metodologia Projectual.....	2
1.3. Fundamentação.....	3
2. Fundamentação Teórica.....	4
2.1. Repensar a Indústria da Moda.....	4
2.1.1. Conceito de Economia Circular.....	6
2.1.2. Eco-Design.....	8
2.1.3. Conceito de Upcycling.....	9
2.1.4. Criação de Peças Multifuncionais.....	10
2.2. Moda de Autor.....	11
2.2.1. Conceito Ready-to-Wear.....	11
2.2.2. Moda e Arte Conceptual.....	13
2.2.3. Diferenças entre os Conceitos.....	15
3. Mercado da Moda.....	16
3.1. Posicionamento de uma Marca de Moda.....	16
3.1.1. Conceito de uma Marca.....	16
3.1.3. Fidelidade à Marca.....	17
3.1.4. Lealdade do Consumidor.....	17
4. Desenvolvimento e Conceptualização do Projeto.....	17
4.1. A Marca- And0ii.....	17
4.1.1. Valores e Missão.....	18
4.1.2. Filosofia.....	19
4.1.3. Público-Alvo/ Possíveis Compradores.....	19
4.1.4. Marcas Concorrentes.....	21
4.1.5. Posicionamento de Marca.....	25
4.1.6. Estudo de Mercado.....	26
4.2. Coleção- “Silent Fall”.....	27
4.2.1. Conceito.....	27
4.2.2. Painéis de Inspiração e Referências Visuais.....	28
4.2.3. Painéis de Materiais / Peças e Aviamentos.....	32
4.2.4. Esboços.....	33
4.2.5. Experimentações.....	38
4.2.6. Ilustrações.....	39
4.2.7. Fichas Técnicas de Produto.....	40
6. Modelagem/Confeção.....	51
7. Protótipo Final.....	52

8. Orçamento.....	53
9. Conclusão.....	54
10.Webgrafia.....	55
11. Bibliografia.....	56

Índice de figuras

Figura 1- Tabela WBS(Fonte Própria)

Figura 2- Tabela de Gantt(Fonte Própria)

Figura 3- “Silent Spring”, Rachel Carson(Amazon)

Figura 4- “Design For The Real World”, Victor Papanek(Amazon)

Figura 5- Esquema de Economia Circular(Pinterest)

Figura 6- “Rive Gauche”, Yves Saint Laurent(Musée Yves Saint Laurent Paris)

Figura 7- “Rive Gauche”, Yves Saint Laurent(Musée Yves Saint Laurent Paris)

Figura 8- Coleção futurista de Pierre Cardin(Pierre Cardin)

Figura 9- Painel De Rei Kawakubo e Martin Margiela(Fonte Própria)

Figura 10- Logo da Marca- And0ii(Fonte Própria)

Figura 11- Painel Público-Alvo(Fonte Própria)

Figura 12- Painel Possíveis Compradores(Fonte Própria)

Figura 13- Painel de Marcas Concorrentes(Nacionais)(Fonte Própria)

Figura 14- Painel de Marcas Concorrentes(Internacionais)(Fonte Própria)

Figura 15- Painel de Marcas Concorrentes(Nível de Upcycling)(Fonte Própria)

Figura 16- Tabela Model Canvas(Fonte Própria)

Figura 17- Painéis de Referências 1(Fonte Própria)

Figura 18- Painel de Referência 2(Fonte Própria)

Figura 19- Painel de Referência 3(Fonte Própria)

Figura 20- Painel de Referência 4(Fonte Própria)

Figura 21- Painel de Inspirações(Fonte Própria)

Figura 22- Painel de Materiais e Aviamentos(Fonte Própria)

Figura 23- Esboços(Fonte Própria)

Figura 24- Paineis de Experimentações(Fonte Própria)

Figura 25- Coleção Final Ilustrada(Fonte Própria)

Figura 26- Fichas Técnicas da Coleção(Fonte Própria)

Figura 27- Estudo de Drapping e Construção da Peça parte 1(Fonte Própria)

Figura 28- Estudo de Drapping e Construção da Peça parte 2(Fonte Própria)

Figura 29- Produto Final(Fonte Própria)

Figura 30- Tabela de Orçamento 1(Fonte Própria)

Figura 31- Tabela de Orçamento 2(Fonte Própria)

1. Introdução

Neste projeto é apresentado o desenvolvimento de uma coleção S/S 2025–2026, intitulada “Silent Fall”, baseada num conceito dualista que reflete a tensão entre a perfeição e a imperfeição na sociedade, explorada através da construção de um ser imaginado e da sua expressão visual. A coleção incorpora uma forte componente de sustentabilidade, com especial destaque para a técnica de upcycling de camisolas e o uso de tecidos deadstock, integrando os princípios da economia circular como resposta aos desafios atuais da indústria da moda.

Inspirada por valores pessoais e pela vontade de explorar uma prática consciente e crítica, a proposta une a essência criativa do autor enquanto futuro designer de moda com a necessidade de repensar os modelos vigentes de produção e consumo. Para tal, foi identificado um problema real no setor — o desperdício têxtil e a produção excessiva — ao qual se procurou dar resposta através de processos de experimentação, avaliação crítica e desenvolvimento de soluções com impacto reduzido no meio ambiente.

“Silent Fall” representa, assim, uma abordagem sensível à criação de moda numa mistura entre Ready-to-Wear e Conceptual, onde cada peça resulta de escolhas sustentáveis e de um processo autoral que valoriza o reaproveitamento, a identidade e a reflexão social. Através desta coleção, procura-se não só promover um mundo mais ecológico, como também despertar uma nova consciência sobre o papel do designer na transformação da indústria.

1.1. Problemas e Objetivos

O presente projeto parte da necessidade de repensar os modelos de produção e consumo que dominam a indústria da moda, marcados pelo desperdício, pela produção em massa e pela desvalorização do vestuário enquanto objeto com significado. Este contexto evidencia um problema urgente: a insustentabilidade do sistema atual e a ausência de propostas que aliam criatividade, identidade e responsabilidade ambiental.

Como resposta, o projeto tem como principal objetivo o desenvolvimento de uma coleção de moda autoral que une conceito estético e consciência ecológica. Através da aplicação de técnicas como o upcycling de camisolas e a utilização de tecidos deadstock, pretende-se integrar os princípios da economia circular e explorar a dualidade entre perfeição e imperfeição na sociedade contemporânea. Mais do que criar peças de vestuário, o projeto procura gerar reflexão, promover a reutilização de materiais e valorizar o design enquanto ferramenta crítica e emocionalmente envolvente.

1.2. Metodologia Projectual

O desenvolvimento da coleção “Silent Fall” baseou-se numa metodologia projetual assente na investigação, experimentação e consciência ecológica, orientada por uma abordagem autoral e crítica ao sistema da moda. Desde o início, o processo foi guiado pela necessidade de alinhar o conceito criativo com práticas sustentáveis, refletindo uma tensão entre a perfeição e a imperfeição, não só a nível estético, mas também enquanto metáfora para os contrastes presentes na sociedade contemporânea. A primeira etapa envolveu uma pesquisa aprofundada sobre a problemática do desperdício têxtil, o impacto ambiental da produção em massa e os princípios da economia circular, que serviram de base para fundamentar as decisões projetuais e materiais. Paralelamente, foram exploradas referências visuais e conceptuais que contribuíram para a construção do ser imaginado que dá corpo à narrativa da coleção.

A fase seguinte centrou-se na experimentação com materiais reaproveitados, nomeadamente camisolas em fim de vida e tecidos deadstock, aplicando técnicas de desconstrução e reconstrução como forma de dar nova vida aos materiais, reduzindo o impacto ambiental. Esta experimentação foi essencial para testar possibilidades formais, responder a desafios técnicos e aprofundar a dimensão simbólica da coleção. A partir destas experiências, iniciou-se o desenvolvimento do design, onde as ideias foram traduzidas em esboços, fichas técnicas e protótipos, sempre com uma preocupação constante pela funcionalidade, identidade e sustentabilidade das peças.

O projeto resultou, assim, de um percurso reflexivo e sensível, onde cada etapa foi orientada por valores de responsabilidade ambiental, inovação criativa e compromisso com uma prática de moda mais consciente.

1.3. Fundamentação

A fundamentação do projeto “Silent Fall” parte de uma reflexão crítica sobre os modelos vigentes da indústria da moda e a urgência de repensar a sua lógica de produção e consumo. Num contexto marcado por uma acelerada obsolescência do vestuário, pelo desperdício massivo de recursos e pela perda de valor simbólico das peças, torna-se imprescindível adotar abordagens mais sustentáveis, éticas e conscientes. O projeto assenta, assim, na integração de princípios da economia circular, nomeadamente o reaproveitamento de materiais existentes e a valorização do ciclo de vida dos produtos, como forma de resposta a um sistema insustentável.

A escolha do *upcycling* e do uso de tecidos deadstock não é apenas uma solução técnica, mas um posicionamento criativo e ético que transforma o “desperdício” em matéria-prima expressiva e significativa. Esta decisão fundamenta-se também na convicção de que o design de moda pode ser uma ferramenta de intervenção social e cultural, capaz de questionar normas, provocar reflexão e propor novas formas de relação com o vestuário. Inspirado por valores pessoais e por uma visão crítica da sociedade, o projeto constrói uma identidade visual baseada na dualidade entre perfeição e imperfeição, refletindo a complexidade e os contrastes do mundo atual. Deste modo, a coleção afirma-se não apenas como uma resposta estética, mas como um contributo para uma prática de design mais responsável e transformadora.

1.4. WBS e Gráfico de Gantt

Etapa	Descrição
5. Planeamento e Gestão	
	Gráfico de Gantt (cronograma)
	Modelo Canvas
	Avaliação e ajustes contínuos
1. Pesquisa e Investigação	
	Dualismo (corpo/mente, luz/sombra)
	Filosofia Wabi-Sabi (imperfeição, simplicidade)
	Sustentabilidade (upcycling, economia circular)
2. Seleção de Materiais	
	Tecidos dead stock
	Materiais sustentáveis e reciclados
	Paleta de cores neutras e naturais
3. Experimentação e Desenvolvimento	
	Esboços e croquis
	Peças multifuncionais
	Técnicas de draping e sobreposição
4. Modelagem e Confeção	
	Ferramentas e técnicas manuais
	Desenvolvimento de moldes
	Prototipagem das peças

Figura 1- Tabela WBS

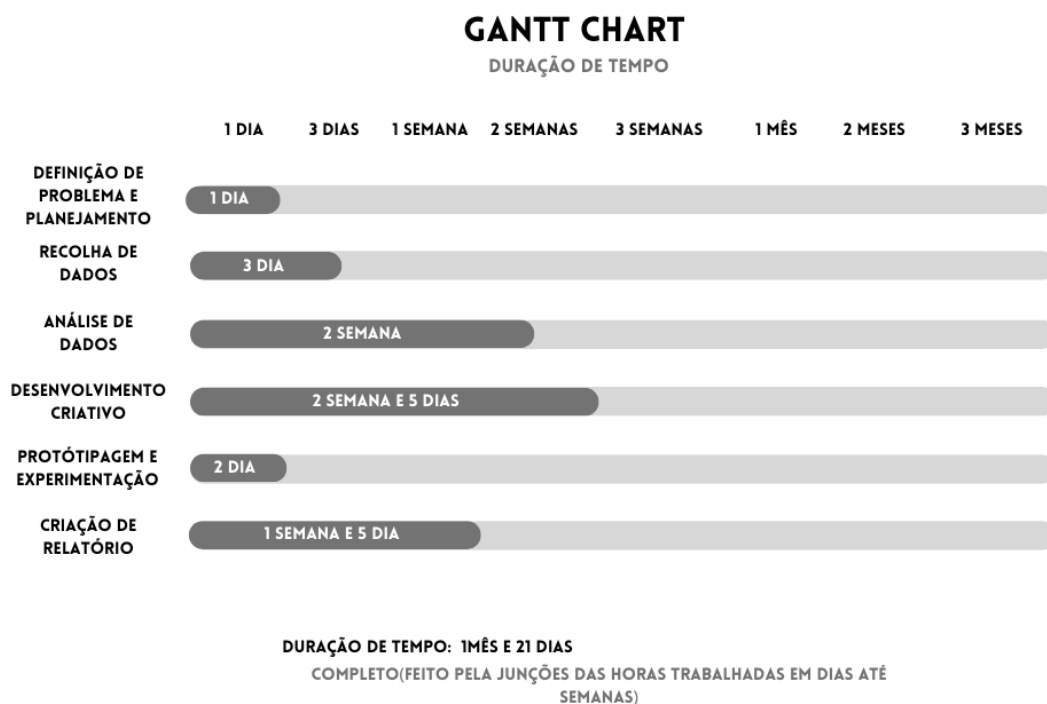


Figura 2- Tabela de Gantt

2. Fundamentação Teórica

2.1. Repensar a Indústria da Moda

A indústria da moda tem enfrentado uma profunda transformação desde a década de 1960, motivada por uma crescente preocupação com o impacto ambiental e social da produção e do consumo desenfreado. Apesar de o conceito de moda

sustentável parecer recente, as primeiras vozes críticas surgiram há mais de meio século, marcando o início de um movimento que visa repensar os processos e valores do setor.

Na década de 1960 e 1970, o aumento do consumo e a devastação ambiental gerada por esse modelo despertaram a atenção dos ambientalistas. Organizações como o Greenpeace e o Friends of the Earth começaram a alertar para os danos causados pela indústria têxtil e agrícola. A publicação de obras como *Design for the Real World* (1971), de Victor Papanek, e *Silent Spring* (1962), de Rachel Carson, teve um papel crucial na sensibilização para a necessidade de um design responsável e para os perigos do uso intensivo de químicos na produção do algodão e na indústria têxtil.



Figura 3- “Silent Spring”, Rachel Carson
Figura 4- “Design for the Real World” Victor Papanek

Durante as décadas seguintes, nomeadamente nos anos 80 e 90, o movimento começou a ganhar forma. Apesar da moda ser fortemente influenciada pela cultura pop, surgiram pequenos grupos de designers e consumidores preocupados com a sustentabilidade. O conceito de “eco design” ganhou força, enquanto algumas marcas começaram a experimentar coleções que incorporavam materiais e práticas ambientalmente conscientes. No entanto, o custo dos materiais orgânicos e sustentáveis ainda era um obstáculo para a sua adoção em larga escala.

Nos anos 2000, o foco expandiu-se do simples desenvolvimento de produtos ecológicos para uma abordagem mais holística, designada por “design para a sustentabilidade”. Esta inclui não só o impacto ambiental, mas também questões

sociais e económicas, promovendo uma inovação sustentável a longo prazo. Grandes marcas e empresas do setor começaram a implementar estratégias mais conscientes, integrando materiais amigos do ambiente, processos éticos e uma comunicação mais transparente com os consumidores.

A partir de 2017, a sustentabilidade na moda tornou-se um tema central, com maior visibilidade nos media, conferências e iniciativas governamentais. O conceito de economia circular, que promove o reaproveitamento contínuo dos recursos e a redução de desperdícios, tem sido apontado como a chave para a evolução do setor. Organizações internacionais, fundações e empresas líderes da indústria têm colaborado para desenvolver sistemas inovadores de reciclagem e para promover o uso de bio fibras obtidas a partir de resíduos agrícolas e alimentares, como o Piñatex e o Orange Fiber.

Este processo de “refazer” a indústria da moda representa uma mudança paradigmática, onde o papel do designer e do produtor passa a ser visto sob uma ótica mais crítica e responsável, orientada para a criação de um futuro sustentável, ético e inovador.

2.1.1. Conceito de Economia Circular

A economia circular é um modelo económico inovador que se opõe ao tradicional sistema linear de produção e consumo — o famoso “extrair, produzir, consumir e deitar fora”. Este novo paradigma visa criar um ciclo contínuo onde os recursos são utilizados da forma mais eficiente possível, prolongando o seu valor e minimizando o desperdício e o impacto ambiental.

No cerne da economia circular está a ideia de que os produtos, materiais e recursos devem permanecer na economia pelo maior tempo possível, através da reutilização, reparação, remanufatura e reciclagem. Assim, ao invés de serem descartados após o uso, os materiais são reintegrados em novos ciclos produtivos, reduzindo a extração de recursos naturais e a geração de resíduos.

Este conceito ganhou relevância especialmente nos últimos anos, à medida que se reconheceu que o modelo linear está a causar esgotamento dos recursos naturais, poluição e desequilíbrios ambientais significativos. A economia circular surge como uma estratégia para enfrentar estes desafios, promovendo a sustentabilidade ambiental, económica e social.

Na prática, a economia circular envolve várias estratégias-chave, tais como:

- **Design para a Durabilidade:** Criar produtos que durem mais tempo, sejam facilmente reparáveis e atualizáveis, evitando a obsolescência programada.

- **Reutilização e Reparação:** Incentivar a manutenção e reparação de produtos para prolongar a sua vida útil.
- **Reciclagem e *Upcycling*:** Transformar resíduos e materiais usados em novos produtos, com valorização do material original (no caso do upcycling, em produtos de maior valor).
- **Modelos de Negócio Circulares:** Implementar modelos que incentivem a partilha, aluguer, leasing ou retorno de produtos, reduzindo a necessidade de aquisição constante de novos bens.

Na indústria da moda, a economia circular representa uma mudança profunda. O setor tem um impacto ambiental considerável, devido ao elevado consumo de água, utilização intensiva de químicos, emissões de carbono e produção massiva de resíduos têxteis. A adoção da economia circular implica repensar desde a escolha dos materiais, passando pelo design, produção, distribuição e final de vida dos produtos.

Por exemplo, utilizar materiais reciclados, desenvolver coleções com peças multifuncionais ou modulares, promover a recolha e o retorno das peças usadas para serem transformadas, e incentivar o consumidor a valorizar e cuidar melhor das suas roupas, são todas práticas alinhadas com a economia circular.

Além do benefício ambiental, a economia circular pode trazer vantagens económicas e sociais, como a redução de custos a longo prazo, a criação de novos empregos ligados à reparação e reciclagem, e o fortalecimento das comunidades locais.

Assim, a economia circular não é apenas uma abordagem técnica, mas uma filosofia que promove uma relação mais consciente e responsável entre produção, consumo e meio ambiente, com o objetivo de construir um futuro mais sustentável.



Figura 3- Esquema de Economia Circular

2.1.2. Eco-Design

O eco-design é uma abordagem estratégica que procura integrar considerações ambientais em todas as fases do processo de criação de produtos, com o objetivo de minimizar os impactos negativos no ambiente durante todo o ciclo de vida das peças de vestuário — desde a concepção até ao fim da sua utilização. No setor da moda, o eco-design tem vindo a assumir um papel fundamental na transformação do modelo linear tradicional de produção e consumo, pautado pelo “usar e deitar fora”, para um modelo circular, em que os recursos são utilizados de forma mais consciente e responsável.

Entre as principais estratégias de eco-design na moda destaca-se o design para a circularidade, que consiste em criar produtos que possam ser facilmente reciclados ou reutilizados. Para isso, os designers evitam a combinação complexa de materiais que dificulta a reciclagem e apostam em tecidos recicláveis e processos que facilitam o reaproveitamento dos materiais. Outra estratégia relevante é o design para durabilidade, que se traduz na criação de peças com maior qualidade e estilo atemporal, incentivando o consumidor a usar as roupas por períodos mais longos, reduzindo o desperdício.

A escolha de materiais sustentáveis é também um pilar do eco-design. Materiais reciclados, como algodão reciclado, ou biodegradáveis são preferidos, uma vez que ajudam a diminuir a extração de recursos naturais e a produção de resíduos. Adicionalmente, o design modular e reparável tem vindo a ganhar destaque, promovendo a criação de peças com componentes intercambiáveis ou facilmente reparáveis, permitindo assim prolongar a vida útil dos produtos ao possibilitar a substituição ou conserto de partes específicas.

O upcycling, que consiste na transformação de materiais ou peças já existentes em novos produtos de maior valor estético e funcional, é outra prática essencial

dentro do eco-design. Esta técnica valoriza os resíduos e materiais que, de outra forma, seriam descartados, conferindo-lhes uma nova vida e propósito.

Apesar do avanço destas práticas, o eco-design enfrenta desafios significativos. O custo dos materiais sustentáveis continua a ser, muitas vezes, superior ao dos materiais convencionais, o que pode refletir-se num preço final mais elevado e limitar o acesso dos consumidores. A implementação destas práticas exige mudanças profundas nos processos produtivos, logísticos e de comunicação, o que pode representar uma barreira para muitas marcas. Além disso, existe o risco do chamado “greenwashing”, em que algumas empresas adotam medidas superficiais de sustentabilidade apenas para melhorar a sua imagem, sem um compromisso real com as práticas ecológicas.

Contudo, o eco-design representa uma mudança de paradigma fundamental na indústria da moda, oferecendo uma alternativa que une inovação, responsabilidade ambiental e estética. Ao incorporar princípios de eco-design, as marcas contribuem para a criação de uma moda mais sustentável, capaz de responder às exigências contemporâneas por produtos que respeitam o planeta e refletem uma consciência ética mais profunda.

2.1.3. Conceito de Upcycling

O *upcycling* é uma prática criativa e sustentável que consiste em transformar materiais ou produtos usados, que normalmente seriam descartados ou reciclados de forma convencional, em novos objetos de maior valor, qualidade ou funcionalidade. Ao contrário da reciclagem tradicional, que geralmente envolve a decomposição dos materiais para criar novos insumos, o *upcycling* mantém a integridade do material original, valorizando a sua história e características únicas.

Este conceito ganhou destaque no contexto da moda sustentável como uma resposta ao desperdício e ao consumo excessivo característicos da indústria tradicional. Em vez de simplesmente reutilizar tecidos ou peças antigas, o *upcycling* procura reinventar, reinterpretar e reimaginar essas matérias-primas, criando produtos exclusivos e muitas vezes artesanais, que carregam um valor estético e simbólico acrescido.

Uma das grandes vantagens do *upcycling* é a redução do impacto ambiental, uma vez que diminui a necessidade de matéria-prima nova, reduz o volume de resíduos têxteis enviados para aterros e contribui para a economia circular, prolongando o ciclo de vida dos produtos. Além disso, o *upcycling* promove uma relação mais consciente e afetiva entre o consumidor e a peça, valorizando a singularidade e a história por trás de cada criação.

Do ponto de vista criativo, o *upcycling* oferece um vasto campo de experimentação, permitindo que designers explorem novas formas, texturas e

combinações inesperadas, muitas vezes desafiando as convenções da moda comercial e industrial. O processo pode envolver técnicas como a customização, o patchwork, a sobreposição, o reaproveitamento de aviamentos e acessórios, entre outros.

No âmbito da indústria da moda, o *upcycling* não é apenas uma técnica, mas também uma postura crítica que questiona os modelos lineares de produção e consumo e promove uma transformação ética e sustentável do setor. É uma ferramenta poderosa para quem deseja conjugar inovação, consciência ambiental e responsabilidade social, ao mesmo tempo que cria peças com identidade e significado.

2.1.4. Criação de Peças Multifuncionais

A criação de peças multifuncionais representa uma abordagem inovadora e sustentável dentro da indústria da moda, centrada na concepção de roupas que podem ser usadas de diferentes formas, cumprindo múltiplas funções ou adaptando-se a diversas situações e necessidades do utilizador. Este conceito vai ao encontro da crescente preocupação com a sustentabilidade, pois promove a versatilidade e a longevidade das peças, reduzindo o consumo excessivo e o desperdício associado à indústria da moda tradicional.

O desenvolvimento de peças multifuncionais implica um desafio criativo e técnico: as roupas devem ser projetadas para oferecer flexibilidade sem perder a qualidade, o conforto ou a estética. Assim, os designers apostam em detalhes como fechos, botões, cortes ajustáveis, tecidos elásticos e estruturas modulares que permitem transformar uma peça em várias outras, adaptando-a a diferentes climas, ocasiões ou preferências pessoais.

Além do benefício ambiental, as peças multifuncionais respondem à necessidade contemporânea de praticidade e economia de espaço, especialmente valorizada por públicos urbanos ou viajantes. Uma única peça que pode ser usada de várias maneiras ajuda a reduzir o número de artigos necessários no guarda-roupa, incentivando uma relação mais consciente com a roupa.

O design de peças multifuncionais contribui para uma indústria mais circular, pois diminui a necessidade de produção de múltiplas peças para diferentes ocasiões. Ao aumentar a funcionalidade e durabilidade do vestuário, este conceito incentiva uma relação mais consciente e duradoura com a moda, aproximando-se dos princípios do *slow fashion*. Desta forma, as peças multifuncionais são uma resposta prática e estética aos desafios ambientais e sociais contemporâneos, unindo criatividade, sustentabilidade e inovação funcional para redefinir a forma como nos relacionamos com a roupa.

2.2. Moda de Autor

A moda de autor refere-se a uma forma de criação onde o designer imprime a sua identidade estética, criativa e conceitual em cada peça. É uma abordagem mais artística, reflexiva e pessoal, que vai além das tendências comerciais. Na moda de autor, a roupa torna-se uma extensão do pensamento do criador – é carregada de mensagens, críticas sociais, inspirações culturais e subjetividades. Frequentemente ligada ao universo do design conceitual, esta moda privilegia a inovação, a experimentação e o olhar crítico sobre a sociedade.

2.2.1. Conceito Ready-to-Wear

O conceito de ready-to-wear, ou pronto-a-vestir, representa uma transformação fundamental na forma como a moda se relaciona com o quotidiano. Ao contrário da alta-costura, onde as peças são criadas sob medida e de forma artesanal para um público muito restrito, o pronto-a-vestir democratizou o acesso à moda, permitindo que mais pessoas pudessem consumir design e criatividade no seu dia a dia. Surgiu como resposta a uma sociedade em mudança, marcada pelo ritmo acelerado da vida urbana, pela entrada massiva das mulheres no mercado de trabalho e pela crescente exigência por funcionalidade e acessibilidade sem comprometer a estética.

Durante o século XX, especialmente a partir da década de 1960, o pronto-a-vestir ganhou força, refletindo um desejo coletivo de liberdade e de individualidade. Um dos marcos mais relevantes deste movimento foi a criação da linha Rive Gauche por Yves Saint Laurent em 1966. Este gesto foi profundamente simbólico: tratava-se de um dos grandes nomes da alta-costura a apostar numa moda mais acessível, pensada para o público jovem, moderno e urbano. Saint Laurent transportou a sofisticação e o pensamento criativo da passarela para as ruas, inaugurando uma nova era onde o vestuário podia ser, ao mesmo tempo, inovador e usável. A Rive Gauche não foi apenas uma marca — foi uma declaração política e estética que inspirou gerações de criadores a cruzar os limites entre o luxo e o uso quotidiano.



Figuras 6 e 7- “Rive Gauche”, Yves Saint Laurent

Paralelamente, Pierre Cardin foi outro visionário que impulsionou o ready-to-wear, especialmente no contexto europeu, mas com impacto global. Cardin explorou uma estética futurista e minimalista, criando peças que quebravam convenções e refletiam o espírito progressista da época. Ele foi um dos primeiros a licenciar seu nome para uma produção em larga escala, ajudando a expandir o conceito de moda acessível sem perder a identidade de marca. A sua abordagem contribuiu para que o ready-to-wear não fosse apenas uma solução comercial, mas também uma plataforma para a experimentação estética em massa.



Figura 8- Coleção futurista de Pierre Cardin

No contexto americano, o ready-to-wear assumiu um papel igualmente transformador. Nos Estados Unidos, a moda era tradicionalmente mais prática e orientada para o cotidiano, e a produção em série já era uma realidade na indústria têxtil. Designers como Calvin Klein e Ralph Lauren emergiram nesta cena, propondo roupas sofisticadas mas acessíveis, que correspondiam ao estilo

de vida urbano e ao espírito empreendedor americano. A cultura americana abraçou o ready-to-wear como um símbolo de democratização e inovação, onde a moda deixou de ser um luxo exclusivo e passou a ser parte do vestuário diário de muitos.

O ready-to-wear passou a ser visto como um espaço fértil para experimentação, mas com uma consciência prática. As coleções são produzidas em série, com tamanhos padronizados, o que permite reduzir custos e alcançar um público mais vasto. No entanto, especialmente quando integrado à moda de autor, o pronto-a-vestir não abdica da identidade criativa. Muitas marcas e designers independentes produzem peças com profundidade conceptual e design cuidado, mas que continuam pensadas para vestir corpos reais em contextos reais.

Importa distinguir o pronto-a-vestir do fast fashion. Apesar de ambos recorrerem à produção em escala, o primeiro procura equilibrar inovação, qualidade e responsabilidade. O fast fashion, por outro lado, vive da velocidade, da rotatividade extrema e da exploração de tendências momentâneas, muitas vezes ignorando questões éticas e ambientais. O ready-to-wear, sobretudo quando aliado à moda de autor e à sustentabilidade, apresenta-se como um modelo viável para o presente e o futuro: é moda com intenção, pensada para durar, e criada para dialogar com o mundo real.

Num momento em que a consciência ambiental, a transparência e a originalidade ganham força no discurso da moda, o pronto-a-vestir continua a ser relevante. Não apenas como um formato de produção, mas como uma filosofia de design que acredita que a roupa deve ser acessível sem perder o pensamento por trás. Permite que o designer explore a sua visão sem ficar limitado ao elitismo da alta-costura, e oferece ao consumidor a possibilidade de se vestir com significado, estilo e autonomia. É, por isso, um território onde o criador e o utilizador se encontram, partilhando uma linguagem visual que combina expressão pessoal com o pragmatismo da vida moderna.

2.2.2. Moda e Arte Conceptual

A relação entre moda e arte conceptual é profunda, complexa e, muitas vezes, provocadora. A arte conceptual, enquanto movimento artístico, surgiu nos anos 1960 com a intenção de deslocar o foco da arte do objeto físico para a ideia que lhe dá origem. Valorizava-se o conceito mais do que a estética ou o produto final — o processo, o pensamento, o questionamento. Quando esta lógica se cruza com a moda, dá origem a uma prática que transcende a funcionalidade do vestuário e o transforma em discurso, manifesto, crítica social e reflexão filosófica.

Na moda conceptual, a roupa não serve apenas para vestir: serve para comunicar. Cada peça pode ser uma metáfora visual, uma extensão do pensamento do designer, uma crítica ao sistema, ao corpo, à identidade, ao

consumo, à norma. É uma moda que não se limita ao que é comercial ou vendável, mas que existe para explorar questões que, muitas vezes, a sociedade evita: o género, o corpo fora dos padrões, o tempo, a morte, a espiritualidade, a dor, o desejo.

Designers como Rei Kawakubo (Comme des Garçons) ou Martin Margiela tornaram-se símbolos deste cruzamento entre arte conceptual e moda, desafiando ideias estabelecidas sobre o que a roupa deveria ser. As suas criações desconstruíram silhuetas, esconderam o corpo em vez de o exibir, criaram peças que eram deliberadamente “não bonitas” ou “inacabadas”, e abriram espaço para uma nova linguagem visual, onde o vestuário é uma forma de pensamento e de resistência.



Figura 9- Painel De Rei Kawakubo e Martin Margiela

A moda conceptual é frequentemente apresentada em passarelas como verdadeiras performances. Os desfiles deixam de ser uma montra de tendências e tornam-se encenações artísticas, com trilhas sonoras, luzes, escenografias e coreografias que compõem um universo imersivo. O público é convidado não só a ver, mas a interpretar.

Este tipo de moda também se aproxima da arte no modo como é exposta. Muitas peças de moda conceptual encontram-se em museus e galerias, como o MoMA, o MET ou o Palais Galliera, ao lado de esculturas e pinturas. Isto reforça a ideia de

que a moda pode ser — e muitas vezes é — arte em movimento, arte habitável, arte que ocupa o espaço público através do corpo.

Ao nível acadêmico e filosófico, a moda conceptual também desafia os limites entre o efêmero e o permanente, entre o corpo e o objeto, entre o íntimo e o social. As peças não são criadas apenas para agradar visualmente, mas para gerar desconforto, reflexão e introspecção. Alguns abordam temas como a memória, o trauma, a tecnologia, a distorção da identidade, ou a ecologia profunda.

Apesar de muitas vezes não serem comercializáveis no sentido tradicional, estas criações têm um impacto imenso no pensamento contemporâneo sobre o vestir. Inspiram outras áreas da moda, geram debate e influenciam o design de formas mais subtis. Há uma influência visível na moda de autor, na cenografia de desfiles e até no design gráfico e editorial.

Em suma, a moda conceptual é onde a moda se liberta das amarras do consumo imediato e se afirma como prática artística e intelectual. É um espaço de liberdade criativa, onde a roupa se transforma em linguagem, símbolo e provocação. E é nesse espaço que o designer deixa de ser apenas um criador de produtos e se torna um pensador visual, alguém que questiona e reinventa o modo como nos relacionamos com o corpo, com os objetos, e com o mundo.

2.2.3.Diferenças entre os Conceitos

Apesar de ambos pertencerem ao universo da moda, o *ready-to-wear* (pronto-a-vestir) e a moda conceptual seguem caminhos bastante distintos, tanto na sua intenção como na forma como se apresentam ao público.

A principal diferença está no propósito. O *ready-to-wear* é criado para ser usado no dia a dia. As peças são funcionais, produzidas em tamanhos padronizados e pensadas para o consumidor real — alguém que precisa de roupas práticas, confortáveis, mas com estilo. Já a moda conceptual nasce com um objetivo mais artístico e experimental. Não se preocupa com a funcionalidade, mas sim com a mensagem. São peças que muitas vezes não são feitas para serem usadas, mas sim para serem observadas, interpretadas, questionadas.

No *ready-to-wear*, o foco está no mercado. As coleções seguem tendências, respeitam calendários comerciais e têm em mente a viabilidade de produção e venda. A moda conceptual, por outro lado, desafia essas lógicas. Muitas vezes surge em passarelas ou exposições como uma crítica à própria indústria da moda, aos padrões sociais ou ao papel do corpo na sociedade.

Visualmente, o *ready-to-wear* tende a manter um certo equilíbrio entre criatividade e usabilidade. Já a moda conceptual pode exagerar nas formas, nos materiais e

na construção da peça — às vezes até ultrapassando os limites do que é “vestível”.

Outra grande diferença está na relação com o corpo. O ready-to-wear adapta-se ao corpo; a moda conceptual muitas vezes desafia-o. Pode ocultá-lo, distorcê-lo ou usá-lo como plataforma para uma ideia. É uma abordagem mais filosófica e emocional do que prática.

Em resumo: o ready-to-wear veste; a moda conceptual fala. Um responde ao presente e ao quotidiano; o outro provoca, questiona e cria diálogo. Ambos têm valor, mas operam em esferas diferentes — uma mais comercial, a outra mais artística.

3. Mercado da Moda

3.1. Posicionamento de uma Marca de Moda

O posicionamento de uma marca de moda é a forma como ela é percebida pelo público em relação aos concorrentes. Envolve definir uma identidade clara, que destaque os valores e o estilo únicos da marca.

Num mercado competitivo, um bom posicionamento ajuda a criar uma ligação emocional com os consumidores, atrair o público-alvo e garantir a fidelização. Deve estar alinhado com a missão da marca e as expectativas do mercado, assegurando coerência e relevância a longo prazo.

3.1.1. Conceito de uma Marca

O conceito de marca vai muito além de um nome, logotipo ou símbolo visual. Trata-se da percepção global que o público tem acerca de uma empresa, produto ou serviço. No setor da moda, a marca representa uma promessa de valor, identidade, estilo e valores que se traduzem numa experiência para o consumidor. A marca é, por excelência, o conjunto de associações emocionais, funcionais e simbólicas que diferenciam uma empresa das demais no mercado. É através da marca que os consumidores conseguem identificar e conectar-se com aquilo que a empresa representa, criando uma ligação que pode influenciar as suas decisões de compra.

3.1.2. Reconhecimento da Marca

O reconhecimento da marca refere-se à capacidade que os consumidores têm de identificar e lembrar uma marca, seja através do seu nome, logotipo, slogan ou outros elementos distintivos. Num mercado saturado, o reconhecimento é fundamental para que a marca se destaque e ganhe relevância. Este processo é construído através de estratégias consistentes de comunicação, publicidade e posicionamento, que reforçam a presença da marca na mente do consumidor.

Quanto maior o reconhecimento, maior a probabilidade de a marca ser escolhida perante a concorrência, tornando-se um ativo valioso para a empresa.

3.1.3. Fidelidade à Marca

A fidelidade à marca refere-se ao comportamento dos consumidores que escolhem repetidamente uma mesma marca, demonstrando preferência e confiança nos seus produtos ou serviços. Esta fidelidade resulta de experiências positivas, satisfação com a qualidade e identificação com os valores da marca. No setor da moda, a fidelidade pode ser especialmente relevante, pois as escolhas de vestuário muitas vezes refletem a identidade pessoal e o estilo de vida dos consumidores. A construção da fidelidade exige uma relação contínua e genuína entre a marca e o cliente, com foco na qualidade, inovação e comunicação eficaz.

3.1.4. Lealdade do Consumidor

A lealdade do consumidor vai além da fidelidade e envolve um compromisso emocional profundo com a marca, que se traduz em defesa ativa, recomendações e resistência à concorrência. Um consumidor leal não só compra repetidamente, mas também promove a marca entre amigos, familiares e redes sociais, funcionando como um embaixador espontâneo. Esta lealdade é resultado de uma experiência global positiva, que inclui não só o produto, mas também o atendimento, a responsabilidade social da empresa e a conexão com os valores do consumidor. No contexto atual, onde o consumidor valoriza cada vez mais a autenticidade e a ética, a lealdade é um dos ativos mais importantes para uma marca de moda.

4.Desenvolvimento e Conceptualização do Projeto

4.1. A Marca- And0ii

Criar uma marca própria é, acima de tudo, uma forma de dar voz a uma identidade criativa. Permite ao designer expressar ideias, valores e referências pessoais, sem as limitações das tendências de mercado. Uma marca própria torna-se um espaço de liberdade, onde é possível experimentar, arriscar e comunicar uma visão única através da roupa. Mais do que um projeto comercial, é uma extensão de quem a cria — um reflexo do seu olhar sobre o mundo, da sua estética e da forma como quer impactar os outros.

E com isso And0ii tem vindo a ser trabalhada e aprofundada desde o primeiro ano da licenciatura, nascendo a partir do nome artístico do seu criador, Andii. O nome da marca incorpora o número 0, que simboliza o início, o fim, o nada e o tudo — funcionando como um portal entre o visível e o oculto, entre o ser e o silêncio. Esta dualidade está presente em todas as criações da marca.

O logótipo da And0ii representa de forma artística as letras A, o número 0 e os dois I, refletindo a estética pessoal e a identidade criativa do designer. Cada peça desenvolvida carrega esta ligação à origem e à visão singular da marca.



Figura 10- Logo da Marca- And0ii

Mais do que uma simples marca de moda, And0ii é um espaço para expressar uma visão única que combina influências do ready to wear com a moda conceitual, criando peças que desafiam o convencional e convidam à reflexão.

4.1.1. Valores e Missão

A marca valoriza a expressão pessoal e a inclusão, reconhecendo a importância da moda como meio de comunicar identidade e conectar culturas. Tem como missão promover a arte e a cultura através de criações únicas, que estimulam a experimentação e o pensamento crítico.

Compromete-se com a sustentabilidade, adotando práticas responsáveis como o uso de matérias-primas naturais e a técnica de upcycling, contribuindo para a diminuição do impacto ambiental. Procura inspirar a próxima geração a adotar uma moda mais consciente e ética, incentivando escolhas que respeitam o planeta.

Para além disso, a marca promove a conscientização sobre temas tabu e questões delicadas, utilizando a arte como um instrumento de diálogo e

transformação social. O seu propósito é gerar um impacto positivo, unindo criatividade, sustentabilidade e responsabilidade, tornando a moda um agente de mudança cultural e ambiental.

4.1.2. Filosofia

A marca baseia-se na filosofia japonesa do Wabi-Sabi, que valoriza a beleza na imperfeição, simplicidade e transitoriedade. Esta filosofia está ligada à aceitação do ciclo natural da vida, envelhecimento e morte, celebrando o que é incompleto, imperfeito e passageiro, valorizando a autenticidade e as marcas do tempo.

No seu trabalho, a marca explora o dualismo como conceito central das criações — a tensão entre opostos que coexistem e se complementam. As peças transitam entre o ready to wear, oferecendo funcionalidade e acessibilidade, e a moda conceptual, que convida à reflexão e à desconstrução de ideias. Essa combinação permite criar coleções que são ao mesmo tempo práticas e profundas, capazes de comunicar uma mensagem através do design. A marca segue profundamente conceitos de sustentabilidade especificamente o *upcycling* e reutilização de peças deadstock como não convencionais.

As criações desafiam os limites do corpo e da mente, explorando temas como o corpo nu versus o corpo oculto, o caos emocional versus a ordem silenciosa, o sagrado e o profano. Este diálogo é enriquecido por referências culturais, mitológicas e religiosas, sobretudo da cultura asiática, que trazem profundidade e significado às peças.

A tensão entre exposição e proteção, entre pouca roupa e camadas múltiplas, reflete a vulnerabilidade e o mistério do ser humano, transformando o corpo numa expressão de força e introspecção. As coleções funcionam como um ato de rebeldia contra as normas sociais impostas ao corpo, à mente e ao espírito, abordando tabus e questões como mortalidade, espiritualidade e comportamento social.

A marca assume-se como uma plataforma para quem não teme explorar as próprias sombras e enfrentar o desconforto. Aqui, o belo e o sombrio coexistem em harmonia, e o corpo e a mente tornam-se meios para compreender a relação com o mundo, a cultura e consigo mesmo.

4.1.3. Público-Alvo/ Possíveis Compradores

O público-alvo da marca é composto por indivíduos com uma forte ligação à liberdade de expressão, à estética alternativa e à cultura visual contemporânea. São pessoas que circulam entre os mundos da moda, da arte e da performance, com uma sensibilidade apurada para a autenticidade, a transgressão estética e o valor do design autoral. Dentro deste universo, incluem-se influencers, artistas performativos e visuais, profissionais ligados à indústria da moda e personalidades que encaram o vestuário como uma extensão da sua identidade e discurso pessoal.

Estas pessoas não procuram apenas roupas — procuram significado, provocação e alinhamento com os seus valores. Valorizam peças que promovem a sustentabilidade, a consciência social e a liberdade de expressão individual. São maioritariamente maiores de idade, muitas vezes pertencentes a comunidades criativas urbanas, e estão presentes em contextos como eventos de moda, performances, editoriais de moda, produções cinematográficas, videoclipes, raves e espaços de expressão artística. O seu quotidiano mistura o viver o mundo com intensidade e o uso do corpo como linguagem visual e política.



Figura 11- Painel Público-Alvo

As figuras representadas — como Doja Cat, Julia Fox, FKA Twigs, Michele Lamy, Fecal Matter, MaahLeek, Miguel Adrover, bem como coletivos como Yuruñuwa Gang ou Melovemealot — exemplificam de forma clara quem são os possíveis compradores da marca. São indivíduos que habitam o espaço entre a moda, a arte, a performance e a provocação visual. Utilizam o corpo como manifesto, desafiando normas estéticas ao explorar o grotesco, o belo, o desconfortável e o simbólico.

Este público não segue tendências — cria-as. São esteticamente audaciosos, profundamente ligados emocionalmente ao vestuário, e frequentemente inseridos em contextos alternativos, underground ou vanguardistas. Participam ativamente em eventos culturais, artísticos e performativos, onde a roupa é uma extensão do pensamento e da identidade.

A marca comunica com este tipo de consumidor através da sua linguagem provocadora, do simbolismo das suas peças e da coerência entre discurso estético e posicionamento ético. Os possíveis compradores procuram moda que vá além da funcionalidade — que seja uma ferramenta de expressão pessoal, crítica cultural e transformação.

Assim, a marca assume-se como um ponto de encontro entre o vestir e o performar, entre a peça e o ato de habitar o mundo visualmente. Mais do que consumo, oferece-se aqui uma experiência estética e conceptual que responde à procura por significado, identidade e impacto na forma de estar, de ver e de ser visto.



Figura 12- Possíveis Compradores

4.1.4. Marcas Concorrentes

Como marcas concorrentes nacionais da marca, destacam-se nomes como Ivan e Molly98, duas propostas profundamente autorais, com uma forte carga estética, conceptual e política, alinhadas com o universo alternativo, performativo e queer que também define o ADN da presente marca.

Iván é um designer radicado em Lisboa com uma abordagem provocadora e intensamente pessoal. O seu trabalho destaca-se pela exploração de temas como o corpo, a vulnerabilidade, o género e o excesso. As suas peças, muitas vezes

esculturais e desconstruídas, desafiam noções tradicionais de beleza e funcionalidade, construindo um diálogo permanente com o universo queer e performativo. Iván trabalha frequentemente com materiais não convencionais e acabamentos crus, criando uma estética bruta, orgânica e emocional. As suas coleções surgem fora do sistema comercial tradicional, sendo apresentadas maioritariamente em contextos artísticos e colaborativos, como performances, exposições ou vídeos. O seu foco reside na expressão individual e na libertação do corpo, mais do que na lógica de consumo.

Já Molly98, alter ego e marca criada por Inês Martins, apresenta um universo estético fortemente enraizado na cultura cyber, Y2K, clubwear e queer underground. As suas peças fundem referências digitais, sexuais e nostálgicas com técnicas manuais como o tricot, o upcycling, o draping e a colagem. A marca aposta numa estética sensual, irreverente e não-binária, explorando o corpo como território político e artístico. Molly98 cruza o DIY com o digital, dialogando diretamente com as comunidades queer e alternativas, especialmente através das redes sociais, editoriais de moda e apresentações performativas. A marca tornou-se um nome relevante na cena artística lisboeta pela sua autenticidade visual e ligação direta a uma nova geração criativa e dissidente.



Figura 13- Painel De Marcas Concorrentes(Nacionais)

Como marcas concorrentes internacionais da marca, a “I’m Behind My Head” não é um nome de autor, mas sim um projeto ou identidade performativa que tem circulado em plataformas de moda experimental e conceptual criada por Tony Launay, criador. O impacto visual das criações é inegável e as peças criadas sob esta assinatura assumem a forma de próteses visuais ou extensões corporais

esculturais, frequentemente ligadas à cabeça, aos ombros ou à parte superior do tronco. São estruturas que distorcem completamente a silhueta humana, transformando o corpo em algo híbrido, entre o mecânico, o animal e o abstrato. O conceito central parece girar em torno da ocultação da identidade e da introspecção: ao cobrir completamente a cabeça ou ao adicionar volumes grotescos ao corpo, o sujeito deixa de ser reconhecível, criando um espaço visual onde a identidade deixa de ser estável e passa a ser fluida, mutável, talvez até pós-humana. Há uma forte influência da performance e da escultura contemporânea nestas peças, que dificilmente seriam usadas fora de um contexto artístico. A proposta estética remete para um universo distópico, onde a moda é utilizada como forma de camuflagem emocional, de defesa psíquica ou de desconstrução radical do corpo como o conhecemos.

Em contraste, Giacomo Goattin é um designer italiano formado pela Central Saint Martins em Londres, no curso de Fashion Design with Marketing. O seu trabalho é marcado por uma abordagem intensamente conceptual e emocional, onde a roupa se torna um campo de expressão para questões identitárias profundas. No seu projeto final, Giacomo explorou as dinâmicas de poder e repressão exercidas por tradições religiosas sobre corpos queer e trans, especialmente no contexto cristão. O resultado é um conjunto de peças que desafiam as noções clássicas de forma, função e identidade, construindo silhuetas que ocultam ou distorcem o corpo humano, tornando-o quase irreconhecível. Há uma intencional negação do “olhar externo” – as roupas parecem proteger ou esconder o corpo, como se fossem camadas de defesa emocional e espiritual. Os materiais são densos, texturizados, com volumes que envolvem a cabeça e os ombros, evocando tanto vestes litúrgicas quanto dispositivos de isolamento. A presença do corpo não é celebrada de forma direta, mas sim questionada e contida. Giacomo evita o uso de modelos que “apresentem” a roupa; prefere corpos que quase desaparecem nela, criando uma tensão entre visibilidade e apagamento. O seu trabalho circula entre a moda, a arte e a performance, muitas vezes fotografado em ambientes escuros, estáticos e desconfortáveis. A narrativa visual remete para estados de introspecção, vulnerabilidade e resistência – um discurso de moda como linguagem de cura e desafio existencial.

Tanto “I’m Behind My Head” quanto Giacomo Goattin são exemplos de uma nova geração de designers internacionais que usam a moda não como objeto de consumo, mas como meio filosófico, crítico e performativo. Os seus trabalhos não se explicam por tendências ou estações, mas por experiências vividas, traumas, dúvidas existenciais e experimentação visual. Neste sentido, inserem-se numa linhagem estética próxima de artistas como Rebecca Horn, Leigh Bowery ou Maison Margiela na fase mais experimental. São autores que colocam o corpo em crise – e é precisamente nesse ponto de desconforto que nasce o pensamento visual mais provocador.



Figura 14- Painei De Marcas Concorrentes(Internacionais)

No universo internacional da moda sustentável, surgem projetos como @kaya1209 e @nnzenezn (Zenez), que se destacam por uma abordagem mais comercial, acessível e diretamente ligada à prática do upcycling. Apesar de partilharem os valores de sustentabilidade e reaproveitamento têxtil com a marca And0ii, operam numa lógica menos autoral e mais próxima do consumo rápido consciente.

A marca @kaya1209 parece ter origem no Japão, com base em Tóquio, e aposta fortemente na transformação de roupa em segunda mão, especialmente peças em ganga como jeans, casacos e peças desportivas em malha, nomeadamente das marcas Adidas e Nike. As suas criações recorrem a técnicas manuais de reconstrução, pintura e costura, muitas vezes combinando cortes DIY com aplicações gráficas. O resultado são peças únicas, expressivas e com uma estética jovem, urbana e alternativa, mas sempre com um apelo comercial evidente. A marca funciona de forma localizada, com presença física e foco no consumidor japonês que valoriza o vintage remasterizado e a exclusividade visual, sem necessariamente entrar em campos mais conceptuais ou performativos.

Por outro lado, a marca Zenez (@nnzenezn), embora com presença digital mais discreta, aparenta seguir uma linha semelhante: baseada no reaproveitamento criativo de peças existentes, mas com foco em produtos mais básicos, acessíveis e usáveis no quotidiano. Se posiciona como uma marca emergente, voltada para um público jovem que procura consumir moda com consciência ambiental, mas sem abdicar de preço e simplicidade. A estética parece minimal, direta, e próxima

de tendências atuais, com uma leitura sustentável que prioriza o reaproveitamento sobre a experimentação estética ou simbólica.



Figura 15- Painel De Marcas Concorrentes(Nível de Upcycling)

Em contraste, a marca And0ii afirma-se num patamar autoral e expressivo mais profundo, operando entre o conceptual e o performativo. Há uma dimensão emocional, filosófica e estética que vai além da sustentabilidade prática — há um discurso construído em torno da identidade, do corpo e da dualidade, que se traduz nas peças como uma extensão simbólica e sensorial do indivíduo. Enquanto Kaya e Zenez se posicionam num registo mais comercial e economicamente acessível, a tua marca assume-se como uma proposta que desafia a norma, provoca reflexão e constrói uma linguagem visual própria.

Ainda assim, essas marcas representam uma concorrência válida no campo da sustentabilidade, sobretudo junto de públicos que procuram moda reaproveitada com preços mais baixos e menor densidade conceptual. Elas contribuem para a diversidade do mercado sustentável e oferecem alternativas funcionais, enquanto a marca ocupa um espaço distinto — onde o vestir é, acima de tudo, uma forma de arte e comunicação.

4.1.5. Posicionamento de Marca

A marca posiciona-se no segmento de mercado Concept Design / Moda de Autor / Alternativa, com uma abordagem emocional, provocadora e profundamente ligada ao corpo, à mente e à expressão individual. As peças são pensadas como

veículos de comunicação pessoal e artística, explorando temas sociais, espirituais e culturais, com uma estética marcada pela dualidade e pela experimentação.

Dirige-se a um público diverso em idade, mas unido por uma identidade própria e alternativa — pessoas que rejeitam normas rígidas e procuram vestir com significado. Desde jovens adultos a gerações mais maduras, o público da marca valoriza a autenticidade, a liberdade de expressão, a sustentabilidade e o discurso visual. A marca promove práticas de upcycling e economia circular, transformando materiais descartados em peças únicas, com forte impacto visual e simbólico. Esta ligação entre consumidor e peça gera uma relação afetiva e prolonga a vida útil da criação, tanto emocionalmente como materialmente.

Com um posicionamento de preço consciente, a marca encontra-se num espaço intermédio: fora do sistema de consumo acelerado de marcas de retalho rápido (como Bershka ou Stradivarius), mas também afastada do universo de luxo exclusivo e inacessível. O objetivo é manter a integridade ética e conceptual sem perder acessibilidade e inclusão.

No mesmo universo criativo, destacam-se marcas concorrentes com propostas igualmente autorais e experimentais, como Iván Hunga García e Molly98 a nível nacional. Tal como estas marcas, a identidade aqui apresentada aposta em peças de forte impacto visual, simbólico e emocional, sem comprometer a visão artística.

Com base em Portugal Continental, mas com uma forte presença digital e um discurso visual global, a marca posiciona-se para alcançar também públicos internacionais que procuram moda com conteúdo, valores e expressão pessoal. A atenção às novas dinâmicas culturais e criativas permite à marca evoluir com o seu público — sem idade, sem género, sem barreiras.

4.1.6. Estudo de Mercado

O Modelo Canvas é uma ferramenta estratégica utilizada para demonstrar e ajudar nas primeiras etapas da criação de um modelo de negócios, apresentado de forma visual. Ele define e alinha as principais atividades de uma empresa, a sua relação com o cliente e as propostas de valor. É um método que permite analisar cada processo, as pessoas envolvidas nestes e as partes mais complexas nesta relação entre a marca e o cliente. Este Modelo é então muito útil para recolha de informação e forma mais apelativa e estruturada, proporcionando um lançamento mais eficaz da marca. A proposta de Modelo Canvas é a seguinte:

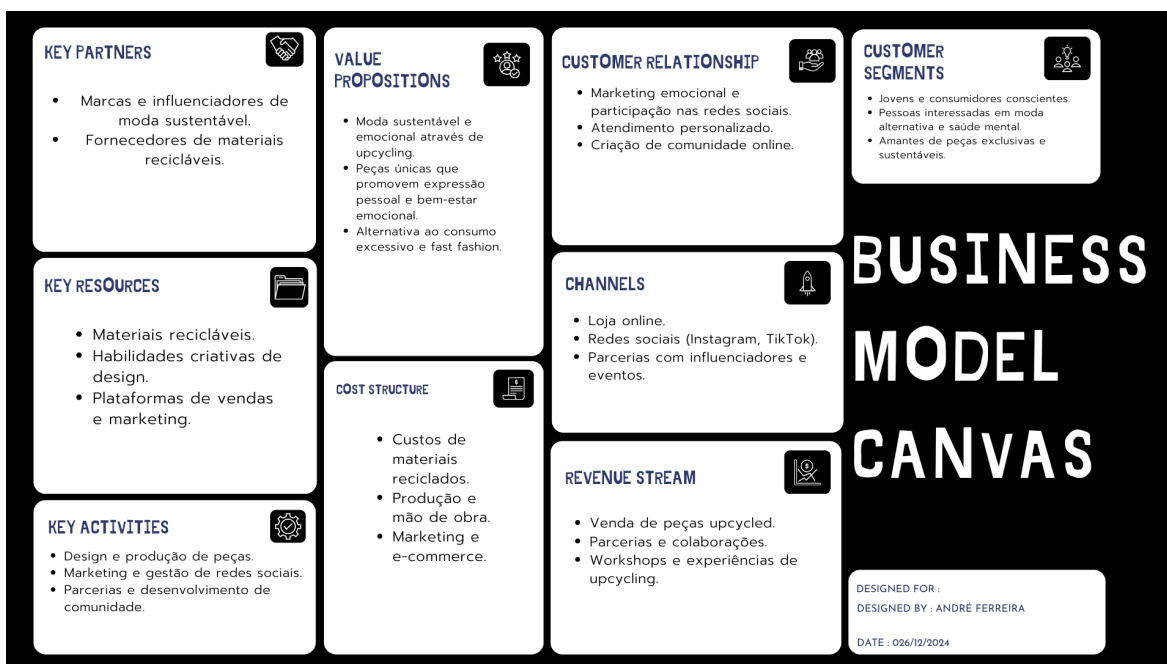


Figura 16- Tabela Model Canvas

4.2. Coleção- “Silent Fall”

4.2.1. Conceito

Um anjo, destinado a preservar a pureza, cometeu um pecado secreto — um erro que ninguém deveria descobrir. Um deslize silencioso, invisível aos olhos dos outros, mas que dentro dele crescia como um veneno. No início, tentou ignorá-lo, seguir em frente como se nada tivesse acontecido, convencendo-se de que ainda era o mesmo.

Mas o peso do pecado era insuportável. Um fardo invisível que não podia ser esquecido. Com o passar dos dias, a sua pureza começou a desvanecer-se. A luz que habitava dentro de si foi enfraquecendo. Aos poucos, afastou-se dos outros anjos, evitava os olhares, os toques, as palavras. Temia que percebessem a corrupção a entranhar-se na sua alma.

O sofrimento revelou-se em ciclos emocionais intensos, mergulhando-o cada vez mais fundo. O reflexo que via já não lhe pertencia. O corpo começou a mudar, as asas perderam o brilho. Brancas no início, tornaram-se cinzentas, depois negras, as penas caíam, os rasgos multiplicavam-se. No fim, já não havia pureza — apenas sombras. As asas, outrora símbolo da sua graça, estavam agora negras e despedaçadas, um espelho da ruína que o consumiu por dentro.

Esta história retrata as emoções profundas ligadas aos pesos da existência humana. Um pecado não revelado, um erro não admitido, pode destruir lentamente o próprio ser. O anjo, nesta narrativa, representa o ser humano confrontado com as exigências do perfeccionismo. Numa sociedade onde a

perfeição é esperada e o mínimo deslize é visto como falhanço, o medo de errar transforma-se num abismo. E quando esse medo se enraíza, pode conduzir à autodestruição.

4.2.2. Painéis de Inspiração e Referências Visuais

A obra desenvolvida parte de uma reflexão profunda sobre a dualidade entre perfeição e imperfeição, equilíbrio e desequilíbrio, existência e ausência. A figura central — um anjo que comete um pecado secreto — torna-se símbolo de um conflito interno devastador, onde a tentativa de preservar uma imagem de pureza desencadeia um processo de corrupção, fragmentação e autodestruição. Esta narrativa é enriquecida por influências filosóficas e artísticas que dão corpo visual e conceitual à ideia de um ser que, ao negar a sua falibilidade, mergulha num estado de ruína irreversível.

A artista britânica Kate MccGwire contribui com uma representação visceral da tensão entre beleza e repulsa. As suas esculturas orgânicas, compostas por penas meticulosamente coletadas e transformadas, evocam seres indefinidos, ao mesmo tempo encantadores e inquietantes. Esta ambiguidade estética reflete a luta do anjo entre aparência e essência — a perfeição aparente e a corrupção interior. Tal como MccGwire transforma matéria bruta em formas quase mitológicas, o anjo tenta manter a sua aparência imaculada, mesmo quando internamente se desfaz.

Por outro lado, a obra da belga Berlinde De Bruyckere mergulha na fragilidade do corpo e na dor da existência. As suas esculturas evocam sofrimento, vulnerabilidade e uma beleza desconcertante, que remete para a condição do anjo após o erro cometido. A utilização de materiais orgânicos, como cera e pele animal, reforça a ideia de decadência física e espiritual. A queda do anjo não é apenas simbólica, mas corpórea — é um ser que se desconstrói, que se deforma, que passa de figura idealizada a corpo falível.



Figura 17- Painéis de Referências 1

A artista Lucy Fudge acrescenta uma dimensão de desintegração visual ao conceito. As suas figuras humanas fragmentadas e moldadas com materiais como terra e ligaduras expõem as estruturas internas do corpo, sugerindo uma verdade escondida que vem à tona. Esta estética da fragmentação espelha a deterioração do anjo que, ao esconder o seu erro, vê a sua integridade romper-se. A exposição da "parte de dentro" nas esculturas de Fudge torna-se metáfora para os conflitos invisíveis que corroem o ser por dentro.



Figura 18- Painel De Referência 2

Já o norte-americano Robert Morris, com a sua abordagem minimalista e conceitual, introduz o contraste entre a forma ideal e o vazio. O seu trabalho com a arte processual e instalações sublinha a presença da ausência — um conceito particularmente relevante para a representação do anjo em crise. Morris representa o estado inicial: o anjo enquanto entidade perfeita, contida, definida. No entanto, à medida que o processo de corrupção avança, esta perfeição torna-se insustentável. O minimalismo rígido cede lugar à instabilidade orgânica representada por Fudge e De Bruyckere, ilustrando o percurso de queda.

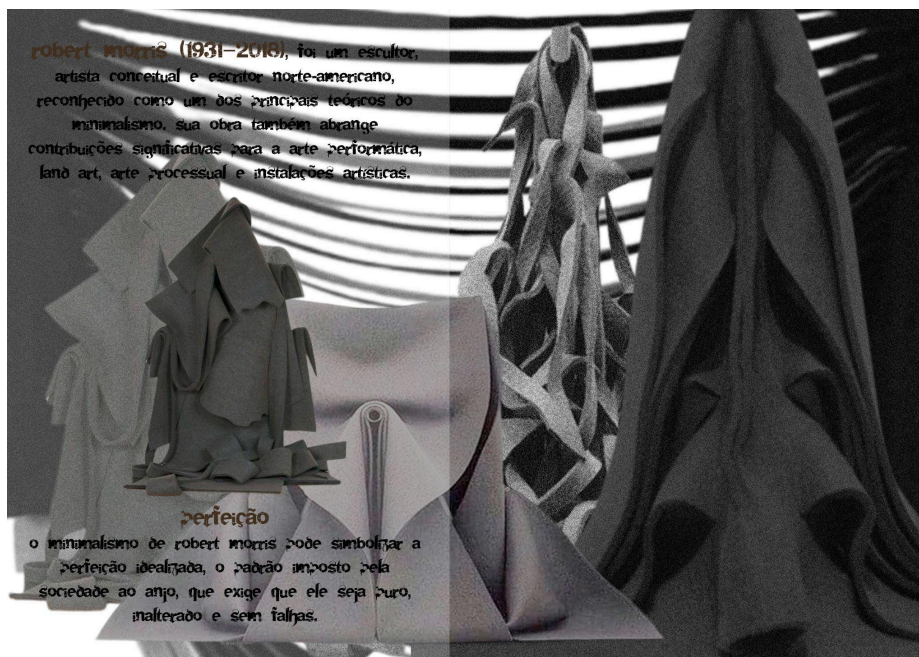


Figura 19- Painel De Referência 3

O Zen Budismo, enquanto base filosófica, orienta a reflexão sobre o equilíbrio e o desequilíbrio. A busca do centro, do estado de harmonia, é contrariada pela negação da falha. O anjo, ao não aceitar o erro, rompe o seu próprio equilíbrio e afasta-se do caminho da iluminação. Tal como o Zen ensina que o sofrimento nasce do apego, o apego do anjo à perfeição é a origem da sua ruína.

A ontologia, enquanto estudo do ser, também sustenta esta construção narrativa. O anjo representa o "ser" enquanto está em equilíbrio, mas ao perder esse estado, aproxima-se da "não-existência". O pássaro morto, enquanto símbolo ontológico, encarna esse ponto de transição — é corpo sem essência, forma sem alma, presença vazia. A transformação do anjo acompanha este mesmo processo: de ser puro e pleno, torna-se ruína, vestígio de uma existência outrora elevada.



Figura 20- Painel De Referência 4

Assim, os trabalhos destes artistas — Kate MccGwire, Berlinde De Bruyckere, Lucy Fudge e Robert Morris — não só dialogam com o conceito, como o expandem. A perfeição como imposição social (Morris) confronta-se com a realidade inevitável da imperfeição (Fudge). A beleza que esconde a repulsa (MccGwire) é desmascarada pelo sofrimento e vulnerabilidade (De Bruyckere). No fim, o anjo já não é símbolo de elevação, mas de queda — uma entidade transformada pela dor, marcada pelo erro, onde a imperfeição se revela como a única forma autêntica de existir.

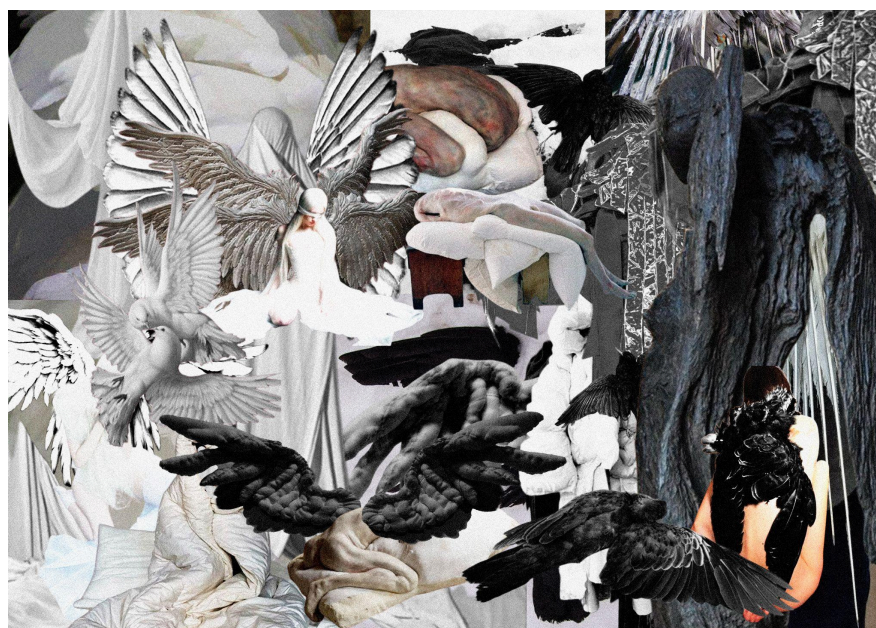


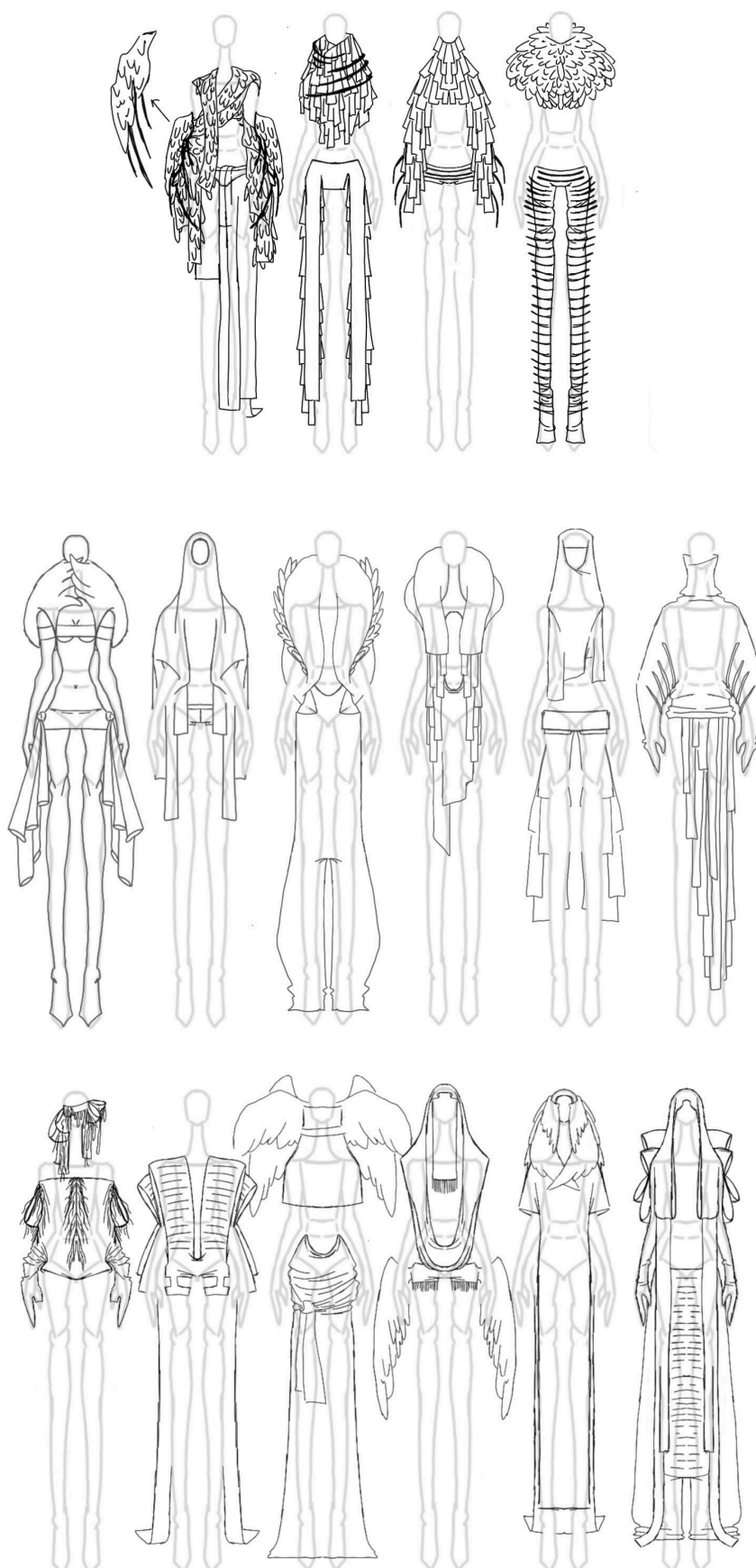
Figura 21- Painel De Inspiração

4.2.3. Painéis de Materiais / Peças e Aviamentos

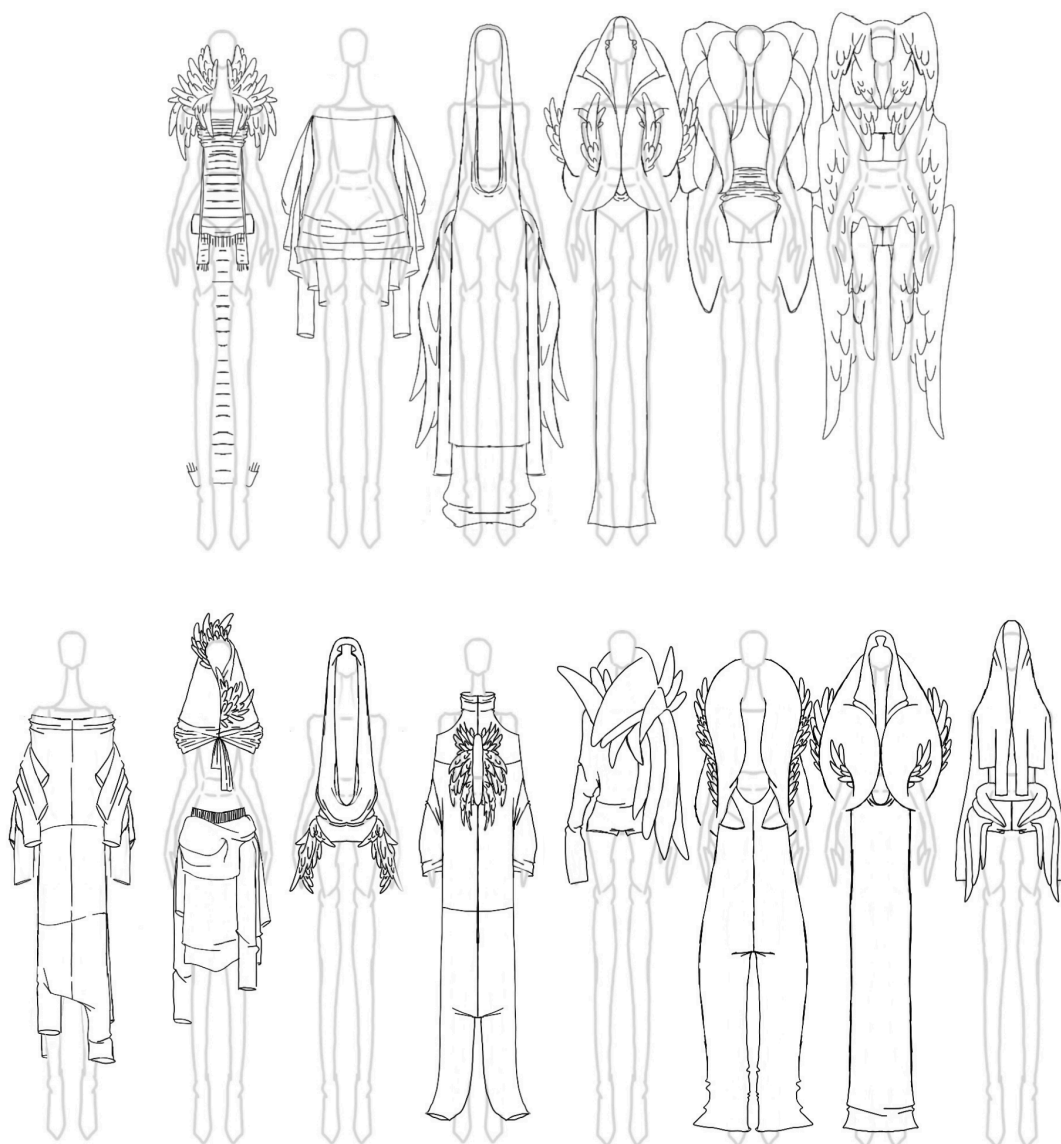


Figura 22- Painel De Materiais e Aviamento

4.2.4. Esboços









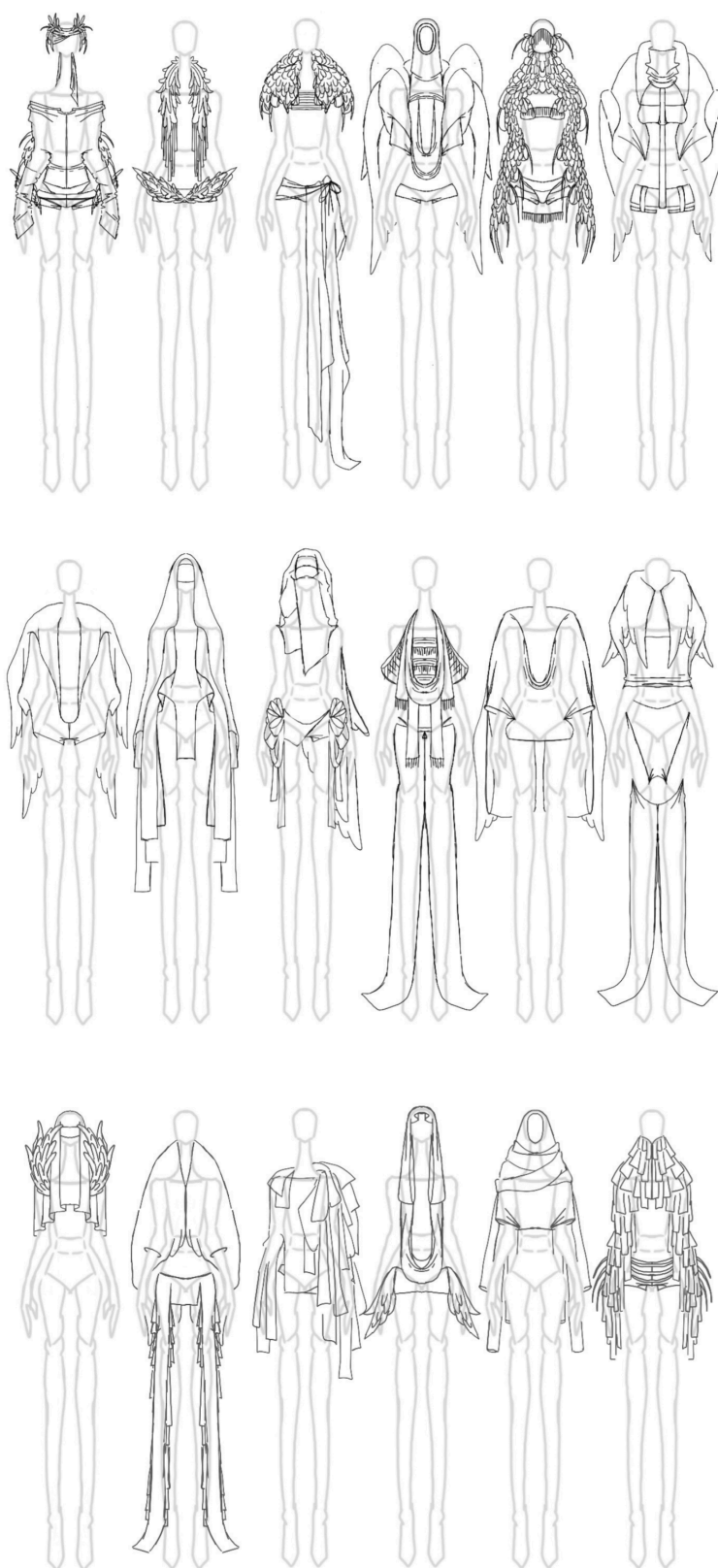


Figura 23- Esboços

4.2.5. Experimentações



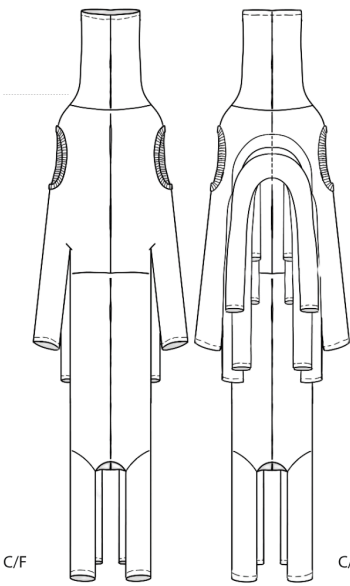
Figura 24- Painel de Experimentações

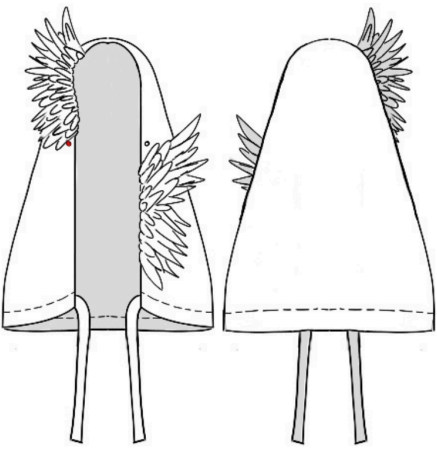
4.2.6. Ilustrações



Figura 25- Coleção Final Ilustrada

4.2.7. Fichas Técnicas de Produto

SILENT FALL Ficha Técnica Modelo: Vestido Upcycling 1 Estação: S/S25/26 Referência: R00000 Designer: AndréFerreira Data: 24/06 Tamanho do Protótipo: L Tamanhos: XS/S/M/L/XL Tecidos: Ref:9246928 Tipo/Cor/Mat: Malha/Branco/100% algodão Fornecedor: Upcycling camisolas(Vinted) Preço: 5,45€/5,85€ cada camisola	 C/F C/C
Aviamentos: Ref:92774528 Tipo/Cor/Mat: Fio/Branco/100% algodão Fornecedor: Esart Preço: nenhum	Descrição: Vestido de gola alta, multifuncional feito apartir da desconstruções de camisolas e rachas laterais.

SILENT FALL Ficha Técnica Modelo: Lenço Ponche Estação: S/S25/26 Referência: R00001 Designer: AndréFerreira Data: 24/06 Tamanho do Protótipo: L Tamanhos: XS/S/M/L/XL Tecidos: Ref:2972942 Tipo/Cor/Mat: Sarja Leve/Branco/100% algodão Fornecedor: Armazem de Textéis Lar Preço: 3,45€/m	 C/F C/C
Aviamentos: Ref:92774528 Tipo/Cor/Mat: Fio/Branco/100% algodão Fornecedor: Esart Preço: nenhum Ref:0974324 Tipo/Cor/Mat: Botão de pressão/Prateado/metal Fornecedor: Tecidos.pt Preço: 4,99€/peça	Descrição: Lenço tipo ponche, com botão de pressão e uma tira no final de sarja, com aplicações de matipulação de tecido em formas de penas

SILENT FALL

Ficha Técnica

Modelo: Saia Upcycling Drapeada
 Estação: S/S25/26
 Referência: R00011
 Designer: AndréFerreira
 Data: 24/06
 Tamanho do Protótipo: L
 Tamanhos: XS/S/M/L/XL

Tecidos:

Ref:8246928
 Tipo/Cor/Mat: Malha/Branco/100% algodão
 Fornecedor: Upcycling camisolas(Vinted)
 Preço: 5,45/5,85€ cada camisola

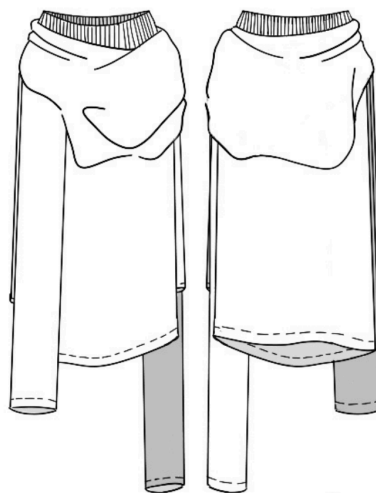
Aviamentos:



Ref:92774528
 Tipo/Cor/Mat: Fio/Branco/100% algodão
 Fornecedor: Esart
 Preço: nenhum



Ref:028403
 Tipo/Cor/Mat: Tira de Malha Rib 2x2/Branco/80% Poliéster, 20% Látex
 Fornecedor: Tecidos.pt
 Preço: 6,99€/m



Descrição:

Saia Média com drapeado de upcycling de camisolas com tira de rib 2x2 como cós.

SILENT FALL

Ficha Técnica

Modelo: Vestido Tubo com Aplicações
 Estação: S/S25/26
 Referência: R00111
 Designer: AndréFerreira
 Data: 24/06
 Tamanho do Protótipo: L
 Tamanhos: XS/S/M/L/XL

Tecidos:

Ref:8246928
 Tipo/Cor/Mat: Malha/Branco/100% algodão
 Fornecedor: Upcycling camisolas(Vinted)
 Preço: 5,45/5,85€ cada camisola

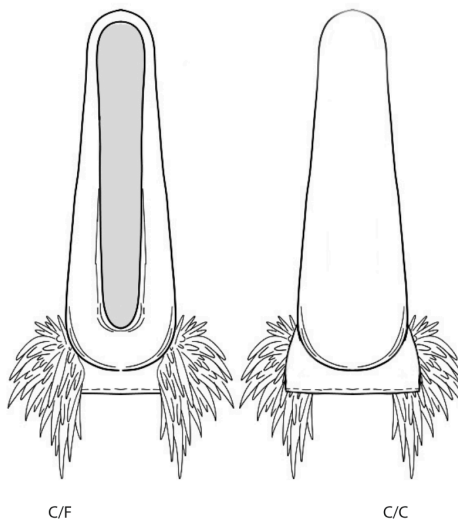


Ref:2972942
 Tipo/Cor/Mat: Sarja Leve/Branco/100% algodão
 Fornecedor: Armazem de Textéis Lar
 Preço: 3,45€/m

Aviamentos:



Ref:92774528
 Tipo/Cor/Mat: Fio/Branco/100% algodão
 Fornecedor: Esart
 Preço: nenhum



Descrição:

Vestido curto com decote em capuz aberto comprido drapeado, com aplicações de manipulação de tecido em forma de penas nas laterais das ancas

SILENT FALL

Ficha Técnica

Modelo: Vestido Upcycling 2

Estação: S/S25/26

Referência: R01111

Designer: André Ferreira

Data: 24/06

Tamanho do Protótipo: L

Tamanhos: XS/S/M/L/XL

Tecidos:

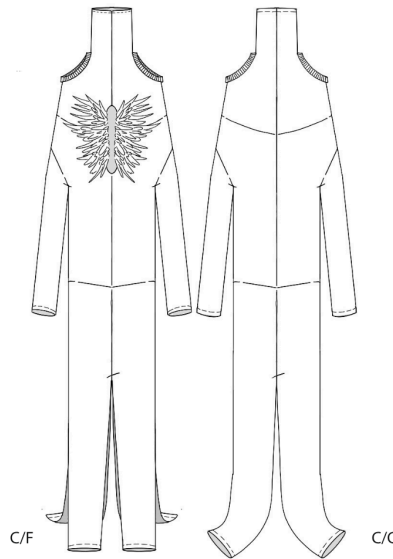
Ref:8246928
Tipo/Cor/Mat: Malha/Branco/100% algodão
Fornecedor: Upcycling camisolas (Vinted)
Preço: 5,45/5,85€ cada camisola

Ref:2972942
Tipo/Cor/Mat: Sarja Leve/Branco/100% algodão
Fornecedor: Armazem de Têxteis Lar
Preço: 3,45€/m

Aviamentos:



Ref:92774528
Tipo/Cor/Mat: Fio/Branco/100% algodão
Fornecedor: Esart
Preço: nenhum



Descrição:

Vestido de gola alta, mangas compridas, com buraco nos ombros e 4 rachas a partir de desconstruções de camisolas de malha e um buraco no meio do centro frente com aplicações de manipulação de tecido em forma de penas

SILENT FALL

Ficha Técnica

Modelo: Ponche Assimétrico

Estação: S/S25/26

Referência: R11111

Designer: André Ferreira

Data: 24/06

Tamanho do Protótipo: L

Tamanhos: XS/S/M/L/XL

Tecidos:

Ref:2972942
Tipo/Cor/Mat: Ganga Leve/Preto/100% algodão
Fornecedor: Armazem de Têxteis Lar
Preço: 3,25€/m

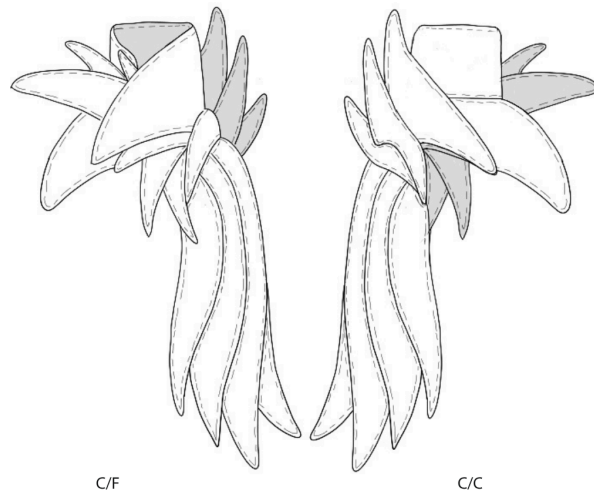
Aviamentos:



Ref:92774528
Tipo/Cor/Mat: Fio/Branco/100% algodão
Fornecedor: Esart
Preço: nenhum



Ref:8462482
Tipo/Cor/Mat: Desperdícios de Protótipos/Indiferente/Indiferente
Fornecedor: Empresas Têxteis
Preço: ????



Descrição:

Ponche assimétrico em forma de um conjunto de penas com gola alta, com enchimento a partir de desperdícios têxteis com presponto em branco

SILENT FALL

Ficha Técnica

Modelo: Macacão Upcycling
 Estação: S/S25/26
 Referência: R10100
 Designer: André Ferreira
 Data: 24/06
 Tamanho do Protótipo: L
 Tamanhos: XS/S/M/L/XL

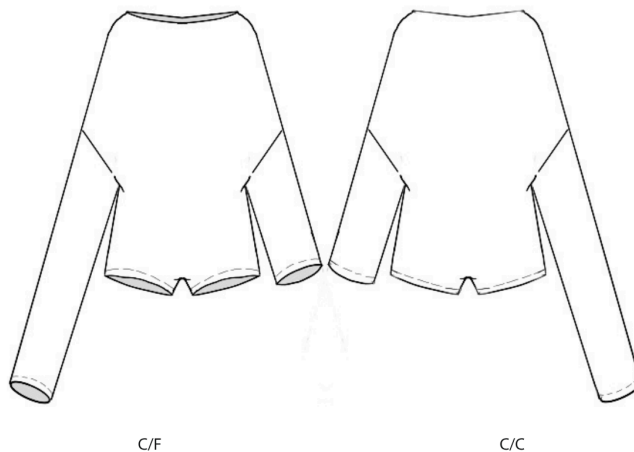
Tecidos:

Ref:8246928
 Tipo/Cor/Mat: Malha/Branco/100% algodão
 Fornecedor: Upcycling camisolas (Vinted)
 Preço: 5,45/5,85€ cada camisola

Aviamentos:



Ref:92774528
 Tipo/Cor/Mat: Fio/Branco/100% algodão
 Fornecedor: Esart
 Preço: nenhum



Descrição:

Macacão de calção, assimétrico feito por desconstrução de camisolas

SILENT FALL

Ficha Técnica

Modelo: Colete Almofadado
 Estação: S/S25/26
 Referência: R10111
 Designer: André Ferreira
 Data: 24/06
 Tamanho do Protótipo: L
 Tamanhos: XS/S/M/L/XL

Tecidos:

Ref:2972942
 Tipo/Cor/Mat: Ganga Leve/Cinza/100% algodão
 Fornecedor: Armazem de Textéis Lar
 Preço: 3,25€/m

Ref:2972942
 Tipo/Cor/Mat: Sarja Leve/Branco/100% algodão
 Fornecedor: Armazem de Textéis Lar
 Preço: 3,45€/m

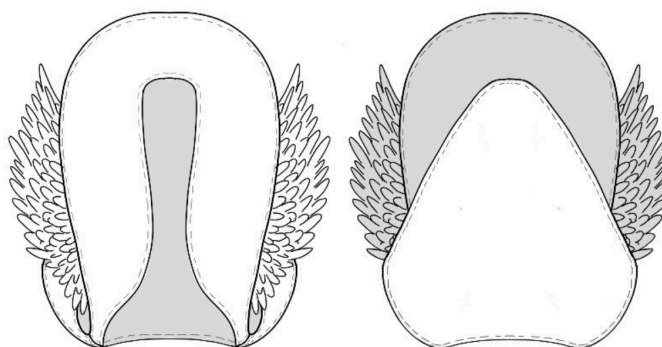
Aviamentos:



Ref:92774528
 Tipo/Cor/Mat: Fio/Branco/100% algodão
 Fornecedor: Esart
 Preço: nenhum



Ref:8462482
 Tipo/Cor/Mat: Desperdícios de Protótipos/Indiferente/Indiferente
 Fornecedor: Empresas Têxteis
 Preço: ???



Descrição:

Colete almofadado com desperdícios têxteis, oversized com aplicações de manipulação de tecido em forma de penas

SILENT FALL

Ficha Técnica
Modelo: Calça com Gancho
Exagerado
Estação: S/S25/26
Referencia: R10001
Designer: André Ferreira
Data: 24/06
Tamanho do Protótipo: L
Tamanhos: XS/S/M/L/XL

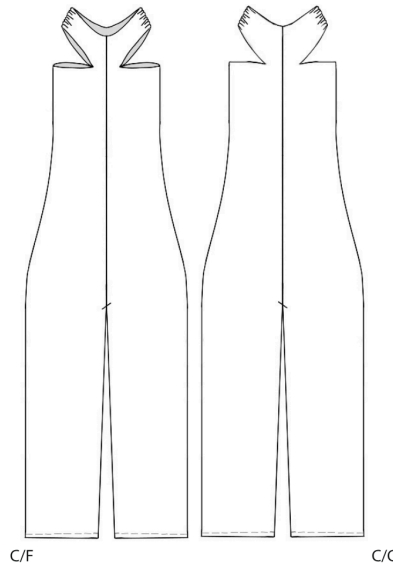
Tecidos:

Ref:2972942
Tipo/Cor/Mat: Ganga Leve/Preto/100% algodão
Fornecedor: Armazem de Textéis Lar
Preço: 3,25€/m

Aviamentos:

Ref:92774528
Tipo/Cor/Mat: Fio/Preto/100% algodão
Fornecedor: Esart
Preço: nenhum

Ref:92774528
Tipo/Cor/Mat: Fio/transparente/100% políester
Fornecedor: Esart
Preço: 1,59€/peça



Descrição:

Calças oversized em forma de queca com buraco nas laterais, cosida com fio elástico nas laterais, com gancho exagerado

SILENT FALL

Ficha Técnica
Modelo: Colete Cachecol Almofadado
Estação: S/S25/26
Referencia: R10101
Designer: André Ferreira
Data: 24/06
Tamanho do Protótipo: L
Tamanhos: XS/S/M/L/XL

Tecidos:

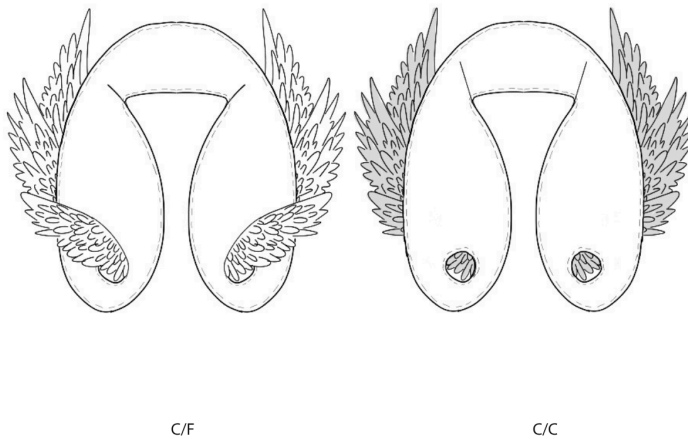
Ref:2972942
Tipo/Cor/Mat: Ganga Leve/Cizento/100% algodão
Fornecedor: Armazem de Textéis Lar
Preço: 3,25€/m

Ref:2972942
Tipo/Cor/Mat: Sarja Leve/Branco/100% algodão
Fornecedor: Armazem de Textéis Lar
Preço: 3,45€/m

Aviamentos:

Ref:92774528
Tipo/Cor/Mat: Fio/Branco/100% algodão
Fornecedor: Esart
Preço: nenhum

Ref:8462482
Tipo/Cor/Mat: Desperdícios de Protótipos/Indiferente/Indiferente
Fornecedor: Empresas Têxteis
Preço: ????



Descrição:

Colete almofadado com desperdícios têxteis em forma de cachecol, oversized com aplicações de manipulação de tecido em forma de penas

SILENT FALL

Ficha Técnica

Modelo: Vestido Longo com Capuz
 Estação: S/S25/26
 Referência: R01011
 Designer: AndréFerreira
 Data: 24/06
 Tamanho do Protótipo: L
 Tamanhos: XS/S/M/L/XL

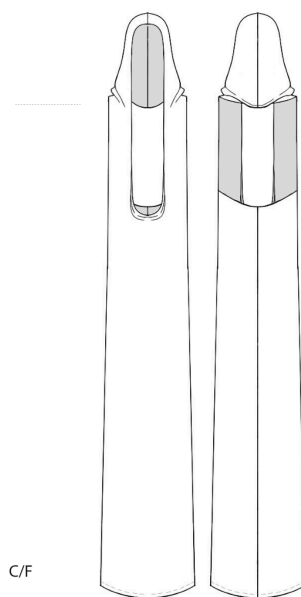
Tecidos:

Ref:2972942
 Tipo/Cor/Mat: Sarja Leve/Branco/100% algodão
 Fornecedor: Armazem de Textéis Lar
 Preço: 3,45€/m

Aviamentos:



Ref:92774528
 Tipo/Cor/Mat: Fio/Branco/100% algodão
 Fornecedor: Esart
 Preço: nenhum



Descrição:

Vestido longo, com capuz e decote drapeado exagerado, com costas abertas

SILENT FALL

Ficha Técnica

Modelo: Casaco com Presponto
 Estação: S/S25/26
 Referência: R11100
 Designer: AndréFerreira
 Data: 24/06
 Tamanho do Protótipo: L
 Tamanhos: XS/S/M/L/XL

Tecidos:

Ref:2972942
 Tipo/Cor/Mat: Ganga /Preto/100% algodão
 Fornecedor: Armazem de Textéis Lar
 Preço: 4,25€/m

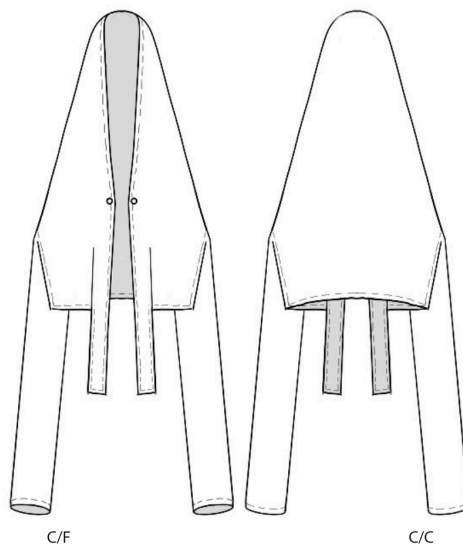
Aviamentos:



Ref:92774528
 Tipo/Cor/Mat: Fio/Branco/100% algodão
 Fornecedor: Esart
 Preço: nenhum



Ref:49749382
 Tipo/Cor/Mat: Botões Nó Cinzéis/Castanho/madeira
 Fornecedor: 3globos
 Preço: ????



Descrição:

Casaco com duas tiras simétricas no centro frente e presponto, de manga comprida crop top, com capuz e botões de nó chinês em madeira

SILENT FALL

Ficha Técnica

Modelo: Mini Calções Almofadado

Estação: S/S25/26

Referência: R10011

Designer: André Ferreira

Data: 24/06

Tamanho do Protótipo: L

Tamanhos: XS/S/M/L/XL

Tecidos:

Ref:2972942
Tipo/Cor/Mat: Malha/Preto/ 94% Polyester, 6% Elastane
Fornecedor: Armazem de Textéis Lar
Preço: 2,25€/m

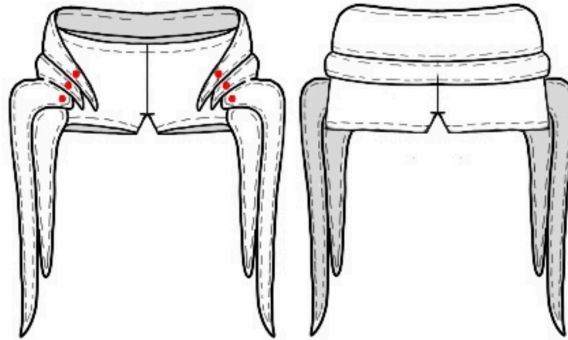
Ref:2972942
Tipo/Cor/Mat: Ganga Leve/Preto/100% algodão
Fornecedor: Armazem de Textéis Lar
Preço: 3,25€/m

Aviamentos:

Ref:92774528
Tipo/Cor/Mat: Fio/Branco/100% algodão
Fornecedor: Esart
Preço: nenhum

Ref:8462482
Tipo/Cor/Mat: Desperdícios de Protótipos/Indiferente/Indiferente
Fornecedor: Empresas Textéis
Preço: ????

Ref:0974324
Tipo/Cor/Mat: Botão de pressão/Prateado/metal
Fornecedor: Tecidos.pt
Preço: 4,99€/peça



C/F

C/C

Descrição:

PMini calções de cintura baixa de malha, com aplicação em forma de cinto com botões de pressão, almofadado com desperdícios têxteis em forma de conjunto de penas

SILENT FALL

Ficha Técnica

Modelo: Ponche de Penas

Manipuladas

Estação: S/S25/26

Referência: R22202

Designer: André Ferreira

Data: 24/06

Tamanho do Protótipo: L

Tamanhos: XS/S/M/L/XL

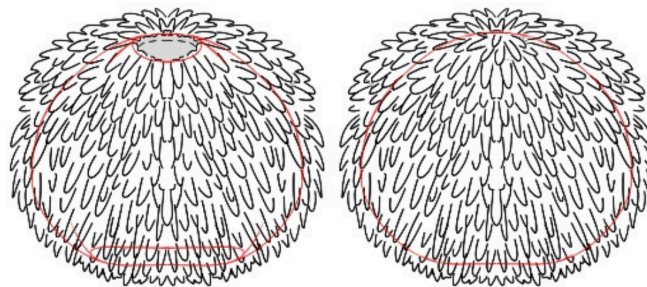
Tecidos:

Ref:2972942
Tipo/Cor/Mat: Ganga Leve/Preto/100% algodão
Fornecedor: Armazem de Textéis Lar
Preço: 3,25€/m

Aviamentos:

Ref:92774528
Tipo/Cor/Mat: Fio/Preto/100% algodão
Fornecedor: Esart
Preço: nenhum

Ref:0974324
Tipo/Cor/Mat: Entretela/Preto/
Fornecedor: Feira dos tecidos
Preço: 2,99€/m



C/F

C/C

Descrição:

Ponche redondo com entretela e uma camada de manipulação de tecido em forma de penas

SILENT FALL

Ficha Técnica

Modelo: Calça Skinny
 Estação: S/S25/26
 Referência: R22222
 Designer: AndréFerreira
 Data: 24/06
 Tamanho do Protótipo: L
 Tamanhos: XS/S/M/L/XL

Tecidos:



Ref:2972942
 Tipo/Cor/Mat: Ganga Elástica
 /Cizento/100% algodão
 Fornecedor: Armazem de Textéis Lar
 Preço: 2,25€/m

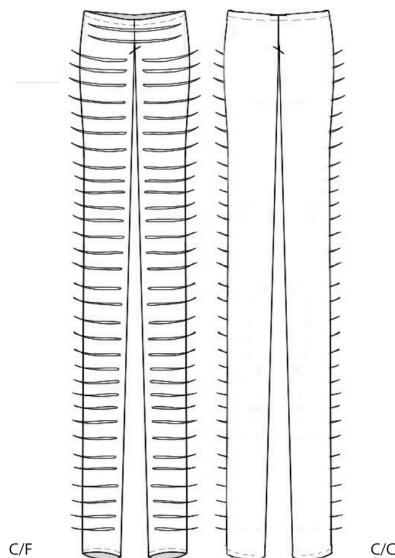
Aviamentos:



Ref:92774528
 Tipo/Cor/Mat: Fio/Preto/100% algodão
 Fornecedor: Esart
 Preço: nenhum



Ref:3829632
 Tipo/Cor/Mat: Barba de
 Baleia/Preto/plástico
 Fornecedor: 3globos
 Preço: 1,50€/m



Descrição:

Calças apertadas de ganga elástica de cintura baixa, com barba de baleia

SILENT FALL

Ficha Técnica

Modelo: Ponche de Tiras
 Estação: S/S25/26
 Referência: R22000
 Designer: AndréFerreira
 Data: 24/06
 Tamanho do Protótipo: L
 Tamanhos: XS/S/M/L/XL

Tecidos:



Ref:2972942
 Tipo/Cor/Mat: Ganga Leve/Preto/100% algodão
 Fornecedor: Armazem de Textéis Lar
 Preço: 3,25€/m

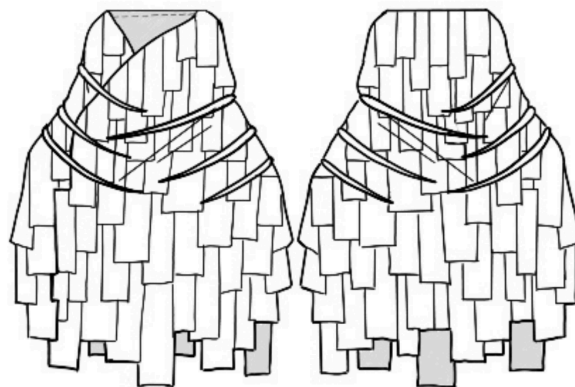
Aviamentos:



Ref:92774528
 Tipo/Cor/Mat: Fio/Preto/100% algodão
 Fornecedor: Esart
 Preço: nenhum



Ref:04839573
 Tipo/Cor/Mat: Barba de
 Baleia/Preto/Plástico
 Fornecedor: 3Globos
 Preço: 1,50€/m



Descrição:

Crop top ponche com manipulação de tiras e barbas de baleia á volta

SILENT FALL

Ficha Técnica

Modelo: Saia de Tiras
 Estação: S/S25/26
 Referência: R22200
 Designer: André Ferreira
 Data: 24/06
 Tamanho do Protótipo: L
 Tamanhos: XS/S/M/L/XL

Tecidos:

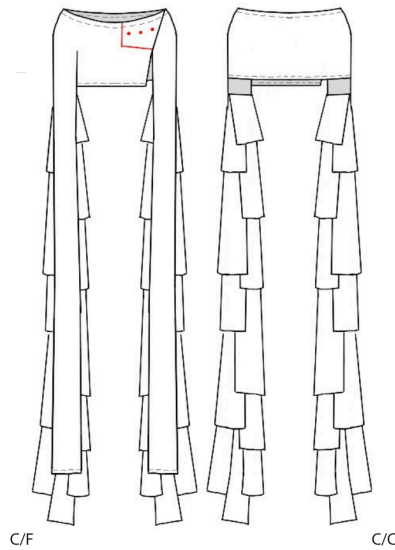
Ref:2972942
 Tipo/Cor/Mat: Ganga
 Leve/Cizento/100% algodão
 Fornecedor: Armazem de Textéis Lar
 Preço: 3,25€/m

Ref:2972942
 Tipo/Cor/Mat: Ganga Leve/Preto/100% algodão
 Fornecedor: Armazem de Textéis Lar
 Preço: 3,25€/m

Aviamentos:

Ref:92774528
 Tipo/Cor/Mat: Fio/Preto/100% algodão
 Fornecedor: Esart
 Preço: nenhum

Ref:0974324
 Tipo/Cor/Mat: Botão de pressão/Prateado/metálico
 Fornecedor: Tecidos.pt
 Preço: 4,99€/peça



Descrição:

Saia com uma racha na lateral de duas tiras com manipulação de tiras por trás, botões de pressão

SILENT FALL

Ficha Técnica

Modelo: Top Mangas Compridas
 Estação: S/S25/26
 Referência: R20000
 Designer: André Ferreira
 Data: 24/06
 Tamanho do Protótipo: L
 Tamanhos: XS/S/M/L/XL

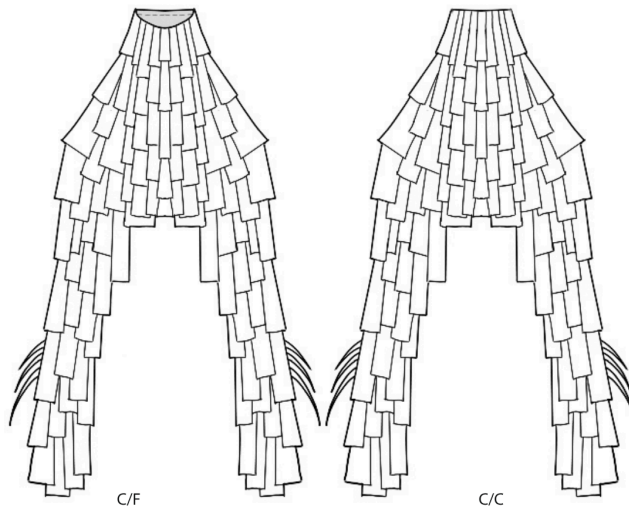
Tecidos:

Ref:2972942
 Tipo/Cor/Mat: Ganga Leve/Preto/100% algodão
 Fornecedor: Armazem de Textéis Lar
 Preço: 3,25€/m

Aviamentos:

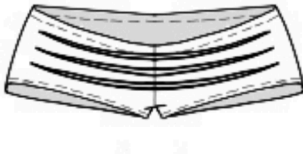
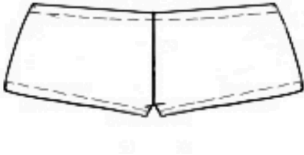
Ref:92774528
 Tipo/Cor/Mat: Fio/Preto/100% algodão
 Fornecedor: Esart
 Preço: nenhum

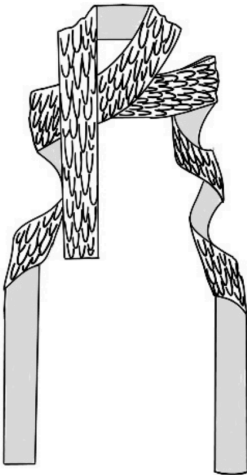
Ref:04839573
 Tipo/Cor/Mat: Barba de Baleia/Preto/Plástico
 Fornecedor: 3Globos
 Preço: 1,50€/m



Descrição:

Crop top de mangas compridas com manipulação de tiras com barba de baleias nas laterais das mangas

SILENT FALL Ficha Técnica Modelo: Mini Calções Estação: S/S25/26 Referencia: R22220 Designer: AndréFerreira Data: 24/06 Tamanho do Protótipo: L Tamanhos: XS/S/M/L/XL	
Tecidos:  Ref:2972942 Tipo/Cor/Mat: Malha / Preto/94% apolister 6%elastane Fornecedor: Armazem de Textéis Lar Preço: 2,25€/m	 C/F
Aviamentos:  Ref:92774528 Tipo/Cor/Mat: Fio/Preto/100% algodão Fornecedor: Esart Preço: nenhum  Ref:3828632 Tipo/Cor/Mat: Barba de Baleia/Preto/plástico Fornecedor: 3globos Preço: 1,50€/m	 C/C
Descrição: Calções curto de cintura baixa com barba de baleia	

SILENT FALL Ficha Técnica Modelo: Tira manipulada Estação: S/S25/26 Referencia: R00202 Designer: AndréFerreira Data: 24/06 Tamanho do Protótipo: L Tamanhos: XS/S/M/L/XL	
Tecidos:  Ref:2972942 Tipo/Cor/Mat: Ganga/Preto/100% algodão Fornecedor: Armazem de Textéis Lar Preço: 3,25€/m	
Aviamentos:  Ref:92774528 Tipo/Cor/Mat: Fio/Preto/100% algodão Fornecedor: Esart Preço: nenhum	Descrição: Tira longa com manipulação de tecido em forma de penas

SILENT FALL

Ficha Técnica

Modelo: Asas de Penas
Estação: S/S25/26
Referencia: R22002
Designer: AndréFerreira
Data: 24/06
Tamanho do Protótipo: L
Tamanhos: XS/S/M/L/XL

Tecidos:

Ref:2972942
Tipo/Cor/Mat: Ganga Leve/Preto/100% algodão
Fornecedor: Armazem de Textéis Lar
Preço: 3.25€/m

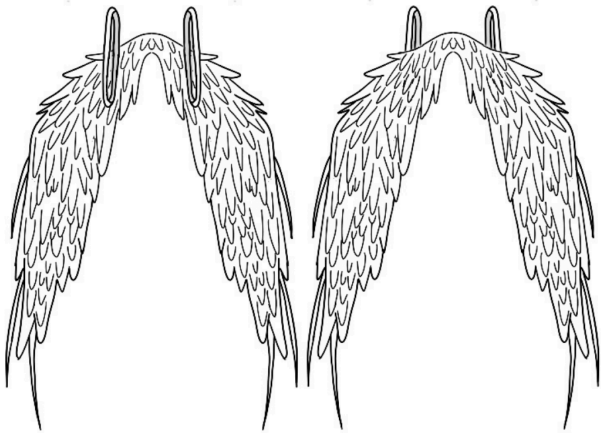
Aviamentos:

Ref:52774528
Tipo/Cor/Mat: Fio/Preto/100% algodão
Fornecedor: Esart
Preço: nenhum

Ref:0974324
Tipo/Cor/Mat: Entretela/Preto/
Fornecedor: Feira dos tecidos
Preço: 2.99€/m

Ref:0974324
Tipo/Cor/Mat: Elástico 2cm/Preto/
Fornecedor: 3globos
Preço: 1€/m

Ref:3829632
Tipo/Cor/Mat: Barba de Baleia/Preto/plástico
Fornecedor: 3globos
Preço: 1.50€/m



C/F

C/C

Descrição:
Asas com manipulação de tecido em forma de penas com barba de baleias nas laterais

SILENT FALL

Ficha Técnica

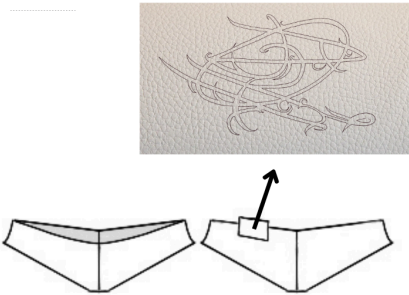
Modelo: Queca de Ganga Elástica
Estação: S/S25/26
Referencia: R00222
Designer: AndréFerreira
Data: 24/06
Tamanho do Protótipo: L
Tamanhos: XS/S/M/L/XL

Tecidos:

Ref:2972942
Tipo/Cor/Mat: Ganga Elástica /Cinzent/100% algodão
Fornecedor: Armazem de Textéis Lar
Preço: 2.25€/m

Aviamentos:

Ref:52774528
Tipo/Cor/Mat: Fio/Preto/100% algodão
Fornecedor: Esart
Preço: nenhum



C/F

C/C

Descrição:
Queca de ganga elástica dupla com etiqueta e o logo da marca atrás

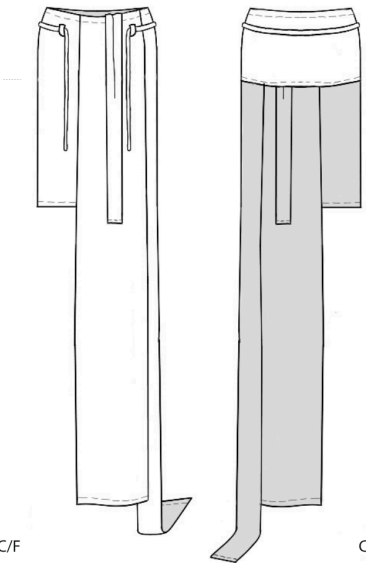
SILENT FALL Ficha Técnica Modelo: Saia Assimétrica Estação: S/S25/26 Referência: R22200 Designer: André Ferreira Data: 24/06 Tamanho do Protótipo: L Tamanhos: XS/S/M/L/XL	
Tecidos: Ref: 3264824 Tipo/Cor/Mat: Linho/Preto/100% linho Fornecedor: Armazem de Textéis Lar Preço: 3,25€/m Aviamentos: Ref: 92774528 Tipo/Cor/Mat: Fio/Preto/100% algodão Fornecedor: Esart Preço: nenhum Ref: 92774528 Tipo/Cor/Mat: Corda/Castanha/100% fibras naturais Fornecedor: 3Globo Preço: 4,99€/rolo	Descrição: Saia assimétrica de linho transparente, com cintura descida e uma corda de fibras naturais á volta como cinto

Figura 26- Fichas Técnicas da Coleção

6. Modelagem/Confeção



Figura 27- Estudo de Drapping e Construção da Peça parte 1



Figura 28- Estudo de Drapping e Construção da Peça parte 2

7. Protótipo Final



Figura 29- Produto Final

8. Orçamento

Orçamento Freelancer Preço por hora 1800€ x14= 25 200€ 8h x 230= 1 840 25 200 : 1840= 13,69€/h Projeto com protótipo= 556,94€	Cálculo do custo do projeto/design		Cálculo do custo do produção do protótipo	
	Atividade	Horas	Atividade	Horas
	Pesquisa	8	Modelagem	2,5
	Paineis	3	Desconstrução de Peças	0,5
	Esc. Materias	1	Confeção	3
	Esboço	6	Acabamento	1
	Ilustrações	2	Total de horas	7
	Fichas Tíecnicas	9	Preço/hora	13,69
	Total de horas	29	Semi-total mão de obras	95,83
	Preço/hora	13,69	Tecido	43,6
Semi-total mão de obras		397,01	Linhas	1
Material Diverso		3	Outros	1,5
Impressão		15	Semi-total de Material	46,1
Semi-total de Material		18	Total do Projeto	141,93
Total do Projeto		415,01		

Figura 30- Tabela de Orçamento 1

Cálculo reprodução produto		Preço por hora	
Atividade	Horas	Ponto critico das vendas s/Prot	
Desconstrução de Peças	0,5	4 peças	
Confeção	2	Ponto critico das vendas c/Prot	
Acabamento	0,5	6 peças	
Total de horas	2,5	Margem de Lucro	
Preço/hora	13,69	55,46%	
Semi-total mão de obras	34,23		
Tecido	43,6		
Linhas	1		
Outros	1,5		
Preço Matéria-Prima	46,1		
Afetação Projeto	100		
Total do Projeto	180,33		

Figura 31- Tabela de Orçamento 2

9. Conclusão

Este projeto evidenciou, por meio da metáfora do anjo e da narrativa da corrupção gradual da sua pureza, a complexa relação entre o perfeccionismo, o medo do erro e seus impactos emocionais e psicológicos na vida humana. Através dessa representação simbólica, foi possível refletir sobre a pressão social por uma imagem impecável e os riscos do autojulgamento severo, que muitas vezes conduzem ao sofrimento interior e à perda da identidade.

Além disso, o desenvolvimento da coleção *Silent Fall* para a marca *And0ii* consolidou a reflexão crítica sobre esses temas, ao mesmo tempo em que comunicou com conceitos contemporâneos da moda sustentável, como a economia circular, o *upcycling* e o eco-design. A escolha de técnicas e materiais multifuncionais reforçou o compromisso com uma produção consciente e alinhada às tendências do mercado de moda autoral.

O projeto também fala sobre a importância de repensar o valor da imperfeição, promovendo uma visão mais humana e acolhedora, tanto na criação quanto no consumo da moda. Dessa forma, conclui-se que a aceitação dos erros não apenas é necessária para o equilíbrio emocional, mas pode ser uma fonte de inspiração para a inovação e a autenticidade no universo da moda.

Por fim, a proposta reafirma a relevância de integrar valores sociais, psicológicos e ambientais na concepção de marcas e coleções, contribuindo para um mercado mais ético, consciente e sensível às necessidades do indivíduo e da sociedade.

10.Webgrafia

<https://www.ellenmacarthurfoundation.org/fashion-and-the-circular-economy-deep-dive>
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2772912525000661>
<https://www.ied.edu/news/communication-in-fashion-techniques-best-practices-and-opportunities>
<https://www.lcca.org.uk/blog/fashion/fashion-communication-strategies-to-boost-your-brand>
<https://museeyslparis.com/en/biography/saint-laurent-rive-gauche>
<https://www.linkedin.com/pulse/evolution-ready-to-wear-from-runway-everyday-musani-udexf>
<https://katemccgwire.com/>
<https://www.hauserwirth.com/artists/2782-berlinde-de-bruyckere/>
<https://lucyfudge.blogspot.com/>
<https://www.tate.org.uk/art/artists/robert-morris-1669>
<https://japaoreal.com/2022/08/24/rei-kawakubo-conheca-trajetoria-de-sucesso-da-estilista-japonesa/>

11. Bibliografia

Alison Gwilt- A practical guide to sustainable fashion

[Alison Gwilt - A practical guide to sustainable fashion-Bloomsbury Publishing. \(2020\)](#)

Conceptual Fashion: towards fashion in the expanded field

https://www.researchgate.net/publication/329044737_Conceptual_Fashion_towards_fashion_in_the_expanded_field

Designing for circular fashion integrating upcycling into conventional garment manufacturing processes

https://www.researchgate.net/publication/355937551_Designing_for_circular_fashion_integrating_upcycling_into_conventional_garment_manufacturing_processes
[Indústria da Moda e Economia Circular](#)

Green Is in Fashion Eco-Design and Circular Economy Strategies in the Fashion Industry

https://www.researchgate.net/publication/372296084_Green_Is_in_Fashion_Eco-Design_and_Circular_Economy_Strategies_in_the_Fashion_Industry

Indústria da Moda e Economia Circular

[Indústria da Moda e Economia Circular](#)

Japanese Fashion Designers The Work and Influence of Issey Miyake, Yohji Yamamoto and Rei Kawakubo

[Japanese Fashion Designers The Work and Influence of Issey Miyake, Yohji Yamamoto and Rei Kawakubo \(Bonnie English\) \(z-lib.org\)](#)

Study on Brand Management of Fashion Brands

https://www.researchgate.net/publication/376131608_Study_on_Brand_Management_of_Fashion_Brands

