

COMBART

ARTE, ARTIVISMO E CIDADANIA.
UTOPIAS E FUTUROS IMAGINADOS

ART, ARTIVISM AND CITIZENSHIP
UTOPIAS AND IMAGINED FUTURES



PAULA GUERRA (EDS)
RICARDO CAMPOS

COMBAR T2K23

Art, activism and citizenship. Utopias and imagined futures



No Fun @ Al. Contributos para uma abordagem dos novos movimentos sociais, da *slow fashion* e do ativismo contemporâneo

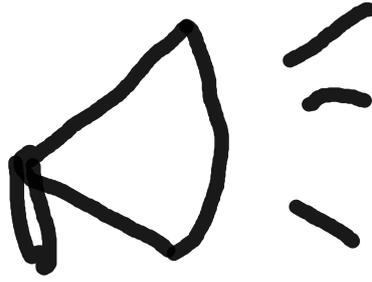
NO FUN @ AL. CONTRIBUTIONS TO AN APPROACH OF NEW SOCIAL MOVEMENTS, *SLOW FASHION* AND CONTEMPORARY ACTIVISM



Paula Guerra,

Faculdade de Letras da Universidade do Porto, Instituto de Sociologia da Universidade do Porto, Griffith Center for Social and Cultural Research, CEGOT, CITCEM E DINAMIA'CET,, pguerra@letras.up.pt

DOI: <https://10.21747/978-989-9082-54-0/comba5>



Resumo:

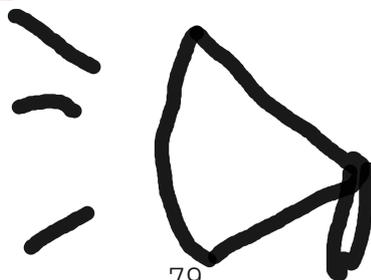
A moda, no campo dos estudos académicos recentes e contemporâneos, ainda permanece como um tópico incipiente. Assim, o nosso trabalho situa-se nesse *gap*, no sentido em que pretende oferecer ao leitor uma visão teórica e histórica sobre a moda *punk* desde a década de 1970 até à atualidade, sendo que na atualidade o foco incidirá sobre a relevância crescente da *slow fashion*. Com efeito, este artigo pretende enfatizar uma abordagem que tem como pano de fundo uma análise que visa interligar a moda com uma prática ativista, em termos históricos, em Portugal, bem como pretende dar conta da importância da adoção de um ethos e de uma *praxis* DIY junto dos jovens *punk* portugueses. Paralelamente, importa referir que este trabalho é resultado de uma longa pesquisa de terreno que se prolongou entre os anos de 2012 e 2017, em Portugal, na qual se realizara, 240 entrevistas semiestruturadas a atores chave do movimento *punk* em Portugal. Contudo, dadas as limitações impostas, apenas nos debruçaremos sobre uma análise de pendor visual, ou seja, iremo-nos focar na apresentação de fotografias por alguns desses atores chave e que, na nossa ótica, retratam estas mudanças ao nível da moda, do ativismo e do DIY em Portugal.

Palavras-chave: moda, DIY, ativismo e sustentabilidade, *slow fashion*, resistência.

Abstract:

Fashion, in the field of recent and contemporary academic studies, still remains as an incipient topic. Thus, our work is situated in this *gap*, in the sense that it intends to offer the reader a theoretical and historical view on *punk* fashion since the 1970s to the present time, being that at the present time the focus will be on the growing relevance of *slow fashion*. Indeed, this article intends to emphasize an approach that has as background an analysis that aims to interconnect fashion with an activist practice, in historical terms, in Portugal, as well as to account for the importance of the adoption of an ethos and a DIY *praxis* among young Portuguese *punk*. In parallel, it should be noted that this work is the result of a long field research that lasted between the years 2012 and 2017, in Portugal, in which had been carried out, 240 semi-structured interviews to key actors of the *punk* movement in Portugal. However, given the limitations imposed, we will only focus on a visual analysis, i.e., we will focus on the presentation of photographs by some of these key players and that, in our view, portray these changes in terms of fashion, activism and DIY in Portugal.

Keywords: fashion, DIY, activism and sustainability, *slow fashion*, resistance.



1. Terreno de Mil Modas. Uma aproximação teórico-empírica

Noutros trabalhos de investigação escrevemos que a moda, em Portugal, ainda permanece como um campo de investigação incipiente (Guerra, 2022). A par desta afirmação, também destacamos que o *do-it-yourself* (DIY) foi-se penetrando na sociedade portuguesa, desde a década de 1970, por via da moda, algo que se intensificou ainda mais com a sua ligação ao movimento *punk* internacional. Na atualidade – e na nossa perspetiva – foram introduzidas mais duas variáveis que nos parecem determinantes, por um lado a questão do ativismo e, por outro, a problemática da sustentabilidade, da ecologia e, em última instância da *slow fashion*. Então, é neste interstício que pretendemos enquadrar este trabalho de investigação, isto é, é nosso objetivo a promoção de uma discussão e reflexão em torno das ligações, proximidades e distanciamentos do movimento *punk* com o ativismo e com a *slow fashion*, procurando, assim, estabelecer um paralelismo referente às mudanças que este movimento musical e ideológico tem vindo a sofrer desde a década de 1970, com especial enfoque no caso português.



A abordagem que aqui iremos apresentar é ancorada num perfil metodológico intensivo, decorrente de uma longa pesquisa de terreno que se prolongou entre os anos de 2017 e 2022, em Portugal, na qual se realizaram, 10 entrevistas^{48.)} semiestruturadas a atores chave do movimento *punk* em Portugal. Contudo, dadas as limitações impostas para a realização deste artigo, apenas nos debruçaremos sobre uma análise de pendor visual, ou seja, iremos focar na apresentação de fotografias por alguns desses atores chave e que, na nossa ótica, retratam estas mudanças que enunciámos previamente, deixando de parte a análise em profundidade e reticular dos discursos dos nossos entrevistados, dada a sua extensividade. Assim, numa primeira secção iremos apresentar alguns elementos teóricos sobre o movimento *punk* e sobre a moda em Portugal com o intento de construir uma contextualização social e teórica acerca de ambos os movimentos, sendo que de seguida, na secção seguinte, esta contextualização dará lugar a uma reflexão em torno da *slow fashion*. Contudo, considerámos importante fazer uma ressalva do ponto de vista teórico, pois quer em relação ao movimen-

Figura 1: *Meat dress* de Lady Gaga desenhado por Franc Fernandez e estilizado por Nicola Formichetti, em 2010

Fonte: https://ladygaga.fandom.com/wiki/Franc_Fernandez

^{48.)} Estas entrevistas foram realizadas no âmbito do projeto o projeto Youth and the arts of citizenship: creative practices, participatory culture and activism (PTDC /SOC -SOC/28655/2017), o projeto CANVAS - Towards Safer and Attractive Cities: Crime and Violence Prevention through Smart Planning and Artistic Resistance (Ref.ª POCI-01-0145-FEDER-030748) e a KISMIF Conference 2021 (<https://www.kismifconference.com/>).

to *punk*, quer em relação à *slow fashion* muitas referências teóricas e exemplos históricos de lojas, de designers e de criações poderiam ser mencionadas, porém isso requereria, da nossa parte, uma abordagem extensiva e não é esse o nosso interesse, mas antes o de apresentar uma abordagem global e geral, com o enfoque em apenas alguns marcos temporais.

2. 'Dead Men Don't Do Fashion'. A disrupção da *griffe* pelo *punk underground*

Em 1975, Pierre Bourdieu e Yvette Delsaut publicaram o artigo "Le Coutier et sa *griffe*", um trabalho que surgiu no seguimento de outros realizados por Bourdieu no âmbito da produção e do consumo da cultura. Estes trabalhos de investigação, que se iniciaram com a sua incursão etnográfica de Kabylia (Bourdieu, 2000), culminaram no estudo profundo e na interrogação de práticas culturais quotidianas dos franceses, nas quais abordou aspetos como a fotografia amadora e as visitas a galerias de arte, em termos de análise dos públicos. Mais tarde, estes trabalhos foram compilados e surgiu o icónico livro "Distinction" (Bourdieu, 1996), no qual Bourdieu apresentava os gostos da população francesa em termos de comida, moda, música e arte, cruzando-os com o conceito de classe social que, na verdade, na atualidade ainda podem ser aplicados como uma forma de descrever as sociedades contemporâneas, particularmente a sociedade portuguesa e, claro está, o campo de consumo da indústria da moda em Portugal.

Focando-nos no trabalho de Bourdieu e de Delsaut (1975), é de referir que ambos os autores olham para o campo da alta-costura francesa na década de 1970, focando-se nas posições, estratégias, atores estabelecidos, atores emergentes e lutas, no sentido em que argumentam que o campo da moda é regulado por uma competição por um monopólio de legitimidade específico. Apesar de as suas asserções terem sido feitas em relação ao campo da alta-costura, as mesmas podem ser transpostas para o movimento *punk*, no sentido em que havia uma luta por uma legitimidade por parte dos jovens que se enquadravam nos movimentos *underground* versus aqueles jovens que atuavam nos meios *mainstream*, causando, assim, lutas de poder e lutas pela legitimidade dentro do campo da moda.

Sklar et al. (2021) referem que é comum que os estilos *punk* sejam adotados pelo *mainstream*, dando origem a percursos controversos no campo da moda, até porque na génese da moda *punk*, encontrava-se a ideia de que essa estética deve refletir um imaginário de comunidade; comunidade essa que visava contrariar os padrões de beleza ocidentais estandardizados, os orçamentos limitados, o capitalismo e o autoritarismo. Na verdade, estas questões eram tanto mais evidentes no contexto português, até porque apenas em 1974 os jovens portugueses tiveram um vislumbre da liberdade ocidental que outros países experienciavam, tal como o Reino Unido, algo que se deveu à vivência de uma longa ditadura militar (Guerra, 2022). Deste modo, como identificámos nos discursos dos nossos entrevistados, as possibilidades económicas das famílias portuguesas não eram suficientes para ser feito um investimento na moda, ou seja, a maioria destes jovens tinham de recorrer a peças em segunda mão ou adaptar e estilizar roupas que compravam em feiras ou que tinham de familiares e, para tal, a aplicação de um *ethos* e de uma *DIY* foi determinante. Dentro dos conjuntos de moda que emergiam na década de 1970 em Portugal e no restante ocidente, eram de destacar símbolos como os logotipos de bandas como os *Sex Pistols*, ilustrações, eram criadas silhuetas disruptivas a partir da largura das calças ou do corte dos casacos. Cada um destes elementos é consorciado, com o propósito de igualar a totalidade da moda *punk* vivida pelos jovens ingleses e norte-americanos mais abastados economicamente. O *ethos* e a *praxis* *DIY* dos jovens *punk* portugueses foram desenvolvidas para estes se tornarem num espelho do seu mundo; mundo esse que já se havia cimentado há mais tempo noutros países e que apenas no final da década de 1970 chegava com força às suas casas e às suas vidas (ver Figura 2) (Sklar et al., 2021).



Figura 2: Apresentações das bandas Faíscas (1978) e Corpo Diplomático (1979) Fonte: Fotos de Nuno Ferrão e Rui Freire.
Fonte: Arquivo KISMIF

Desde o seu surgimento que a moda *punk* é composta por elementos visuais, de choque e de espanto, o que faz com que o conceito de moda *punk* seja acompanhado por uma forte componente de *merchandising*, até porque a forma como as peças de roupa, os cabelos e acessórios são estilizados é o que faz do *punk* uma moda. Esta era a prancha de salvação dos jovens portugueses, pois o valor não estava na compra de peças *punk* de lojas de renome, mas no ato de eles criarem a sua própria moda *punk*, dando asas a uma liberdade que durante quarenta anos lhes foi negada (Guerra, 2022).



Figura 3: Atuação no *Rock Rendez-Vous* com roupas vendidas pela *Por-fí-ri-os*
Fonte: Foto de Peter Machado.

Fonte: Arquivo KISMIF.

Como é amplamente sabido, o *punk* emergiu no início da década de 1970, principalmente nos Estados Unidos da América e no Reino Unido, como uma forma de expressar ideias e valores através da música, da roupa e dos estilos de vida (Sklar et al., 2021). Outrossim, o surgimento do movimento *punk* pode ser associado ao *Velvet underground* e à sua música crua e rude, aos seus óculos e blusões de cabedal, ou talvez a Patti Smith e a Lenny Kaye que fizeram com que a leitura de uma poesia parecesse que uma bomba estava a explodir devido aos sons agressivos da guitarra de Lenny (Mattson, 2019). De forma abrangente, podemos até referir que estes indivíduos que se descreviam como *punk* eram críticos da sociedade, especialmente

em tópicos como a arte, política, práticas sexuais e consumismo (Ansart, 2019) e, nesse sentido, este movimento assumia-se como um veículo que lhes permitia expressarem as suas opiniões (Hebdige, 2018; Polhemus, 1994). Então, o estilo e a moda *punk* são um subproduto da subcultura *punk*, pois podem ser vistos como expressões visuais de ideias, experiências, comportamentos e objetos (Muggleton, 2006).

Avançando na nossa análise, podemos ainda destacar que as roupas estavam imbuídas no movimento *punk* devido a um forte canal de *merchandising* que, por sua vez, criava em torno das peças um ideal de experiências vividas, o que as tornava ainda mais atrativas para os jovens de classes trabalhadoras que queriam destacar-se e mostrar a sua existência. Aliás, o próprio *merchandising* é determinante para compreendermos a ascensão e a cimentação da moda *punk* junto dos jovens, bem como é fulcral no desenvolvimento de uma cena musical (Guerra, 2018), pois foi através do *merchandising*, tal como a criação de lojas, a promoção do *ethos* e da *praxis* DIY, entre outros, que os jovens “aprenderam” o que significa ter um estilo de vida *punk*, bem como aprofundaram (e criaram) o seu conhecimento sobre o vestuário e sobre a cultura que o acompanham, através de visitas a lojas e estabelecimentos retalhistas e interagindo com outros membros da sua comunidade. Na esfera portuguesa é de destacar a loja *Por-fí-ri-os* (ver Figura 3), uma loja de Lisboa que emergiu em 1965 e que revolucionou a moda juvenil portuguesa, pois vendia peças adaptadas ou copiadas dos modelos ingleses que eram vendidos em ruas icónicas como Carnaby Street (Guerra, 2022; Duarte, 2016). A seu tempo, e devido a fortes estratégias de marketing, o estilo de vida e a estética *punk* expandiram-se e espalharam-se, o que originou uma crescente popularidade deste estilo e, por conseguinte, deu origem ao surgimento de lojas temáticas, provocou o aumento de

retalhistas *punk*. É também com esta disseminação da estética *punk* que a mesma começa a obter relevo dos média, penetrando-se, a partir do final do século XX e início do século XXI, na televisão, nas revistas de moda e nos desfiles, algo que iremos abordar, ainda que brevemente e de forma sucinta.

3. 'As pretty as Rebel'. Uma genealogia da indústria da moda em Portugal (1970-1990)

Os trabalhos de Cardim (2011) são marcantes, bem como traçam de forma exímia uma genealogia da moda em Portugal, principalmente da moda feminina. O autor começa por referir que antes da Revolução de Abril de 1974, o domínio da criação, da confeção e da distribuição de moda em Portugal era escasso, algo que se devia ao facto de o país ter as suas fronteiras fechadas às referências internacionais, contudo, após a revolução tudo mudou, especialmente durante a década de 1980, quando começam a surgir, pela primeira vez, um grupo de designers portugueses que dão origem a uma moda com design próprio e singular. Devido aos ideais tradicionalistas e patriarcais que eram divulgados durante o período da ditadura salazarista, o corpo era objeto de uma enorme preocupação, sobretudo o corpo feminino, cuja cobertura e recato eram vistos como uma virtude, porém, durante a década de 1990, o corpo, em Portugal, sofreu um profundo processo de democratização, e estes passaram a ser um palco de demonstração de tudo aquilo que nas décadas anteriores era tido como sendo de mau gosto.

No contexto inglês, é impreterível referir nomes como os de Alexander McQueen, Bela Freud ou Flyte Ostell, isto porque estes nomes foram os responsáveis pela criação de uma imagem da moda inglesa. Também importante é o contributo de John Richmond (Cardim, 2011), um estilista inglês e um *ex-punk* – se é que assim o poderemos apelidar – que vendia a noção de anarquia através das suas roupas. Ele procurava traduzir as culturas juvenis nas suas criações, misturando elementos de rebeldia, tais como tatuagens, slogans anarquistas ou imagens religiosas. Richmond, junto com Maria Conejo, criaram a moda *destroy*, que se pautava pelo uso de roupas com um design agressivo e que estavam em sintonia com a vida cultural *underground* e com os clubes, e não tanto com as passarelas. Esta moda foi lançada no início da década de 1980 e, em 1984, realizaram o seu primeiro desfile, onde a influência dos punks, dos motoqueiros e dos skinheads era visível. O objetivo era destruir convenções tradicionalistas e desorientar os conceitos vigentes. Na ótica de Cardim (2011), a moda *destroy* dava continuidade à ideologia do movimento *punk* e ao seu radicalismo, iniciados no final da década de 1970 por Malcolm McLaren e por Vivienne Westwood (Guerra, 2022), pois os,

Jeans rasgados, jaquetas de couro, contornos e T-shirts rasgados, compunham o visual, essencialmente urbano. Tatuagens, alfinetes e mensagens político-sexuais eram fundamentais nas roupas de marca (Cardim, 2011, p.18)

A revolução de 1974, em Portugal, originou uma divisão de águas, pois ocasionou-se o término das casas de alta-costura, nos moldes estudados por Bourdieu e por Delsaut (1975), e passa a ser fomentada a criação de casas de pronto-a-vestir, aspeto esse que também deu origem ao aparecimento de vários criadores locais.

Voltando um pouco atrás, devemos mencionar que o período da década de 1960 foi turbulento no tocante à moda. Por um lado, tínhamos um enaltecimento das calças *cigarrete* e dos *cardigans* e, por outro, no Reino Unido, surgia a febre dos *greasers*, *rockers* e *Teddy Boys*, com um estilo inspirado no filme *West Side Story* que, por sua vez, gritavam delinquência juvenil. Este caldo de referências e de mesclas, às quais ainda se juntou a febre *hippie*, fez com que a década de 1970 fosse pautada por uma busca incessante de inspirações e de referências novas, emergindo, assim, a moda *punk* que viu a sua estética, roupas e penteados passarem para a Alta Moda, um

fenómeno inverso ao que acontecia regularmente (Cardim, 2011). A rua passa a ser o principal palco de criações e de procura por novas estéticas. Nesse sentido, autoras como Jacqueline Herald (1992) afirmam que a moda *punk* foi algo que envolveu as mulheres numa percentagem alargada, algo que se deveu, sobretudo, à capitalização do estilo por parte de McLaren e Westwood; capitalização essa que se materializou na emergência da loja World's End Shop. Porém, essa estranheza que era capitalizada e vendida sob a forma de calças bondage ainda não tinha chegado a Portugal, aliás, o pouco que chegava e que era reapropriado pelos jovens portugueses era visto com estranheza por tantos outros que não percebiam como aquilo poderia ser considerado moda, afinal era tão diferente daquilo que estavam habituados a ver e a comprar (Guerra, 2022). Aliás, durante o mês da revolução, foram realizados desfiles de moda para apresentar as coleções de outono/inverno e ninguém apareceu, podendo ser dado o exemplo de modistas como Ana Maravilhas ou Ana do Carmo que apenas ficaram a produzir peças para algumas lojas em específico. Já se notava uma mudança e uns primeiros vislumbres da relação da moda com uma atitude ativista, pois o ato de não comprar as peças marcava uma afirmação social e política, que se pretendia desvincular da moda tradicionalista e de Alta-Costura elitista. Mais, é também na década de 1980 que Ana do Carmo retoma as suas atividades, mas com uma nova estrutura, na qual confeccionava roupas com design próprio e fazia importações (Cardim, 2011).

A estranheza e a diferença foram-se materializando e cimentado na sociedade portuguesa. Os alfinetes e as botas militares tinham vindo para ficar e, com a entrada na década de 1980 (ver Figuras 4 e 5), tudo parece desenvolver-se num ápice. A aura que havia em torno da Alta-Costura como padrão de beleza e de moda a ser seguido foi-se dissipando, algo tanto mais evidente em relação às mulheres que começaram a ter conhecimentos mais profundos sobre a moda e o que significava estar na moda, fruto da adoção de uma atitude cosmopolita por parte da sociedade portuguesa. Assim, não de estranhar que a década de 1980, em relação ao contexto português, seja tida como um período de revolução cultural (Guerra, 2021). Os próprios espaços culturais que iam emergindo em Portugal, tais como o *Rock Rendez-Vous* ou o *Frágil* promoviam esse sentido de moda enquanto em países como o Reino Unido, este já se tinha tornado viral.

A década de 1980 foi marcada por uma explosão de identidades que se manifestavam através da moda (ver Figuras 6, 7 e 8). Os jovens designers criavam com um sentimento de vertigem e de irrealidade, fruto de uma vivência numa sociedade já autonomizada e cosmopolita, onde tudo passou a ser alvo de consumo ou reciclado (Vicent-Ricard, 1989). É a partir desse momento que



Figura 4; Zé Pedro em atuação no Rock Rendez-Vous, em 1983

Fonte: Foto de Peter Machado.

Fonte: Arquivo KISMIF.



Figura 5; Xutos & Pontapés em atuação no Rock Rendez-Vous na década de 1980

Fonte: Foto de Peter Machado.

Fonte: Arquivo KISMIF.



Figura 6: Anamar, no início da década de 1980 Fonte:

Foto de Peter Machado.

Fonte: Arquivo KISMIF.

a moda passou a estar assente numa sobreposição de valores, de imagens e de *looks*, e tudo passa a ser permitido. Por exemplo, a designer Ana Salazar, em Portugal, ficou conhecida por ser uma criadora que soube aliar o estilo puro e severo a uma visão moderna da moda (Vicent-Ricard, 1989), algo que asseverou com a sua criação, em 1978, de *Harlow* onde dá início à sua trajetória *new-wave* e rompe de vez com clássicos pronto-a-vestir portugueses, mas também com o surgimento em 1981 e 1982 da sua *griffe* na Intermoda e na Feira Industrial de Lisboa, um espaço destinado a captar novos talentos na moda. Mas outras influências na moda portuguesa dos anos 1980 podem ser mencionadas, vejamos

Nestes anos há ainda a presença inovadora do japonês Issey Miyake que passa a conjugar tecido e corpo como uma peça única, fazendo renascer o despojamento estrito e harmonioso, e do tunisiano Azzedine Alaia que cria uma moda sensualíssima. (Cardim, 2011, p.95)



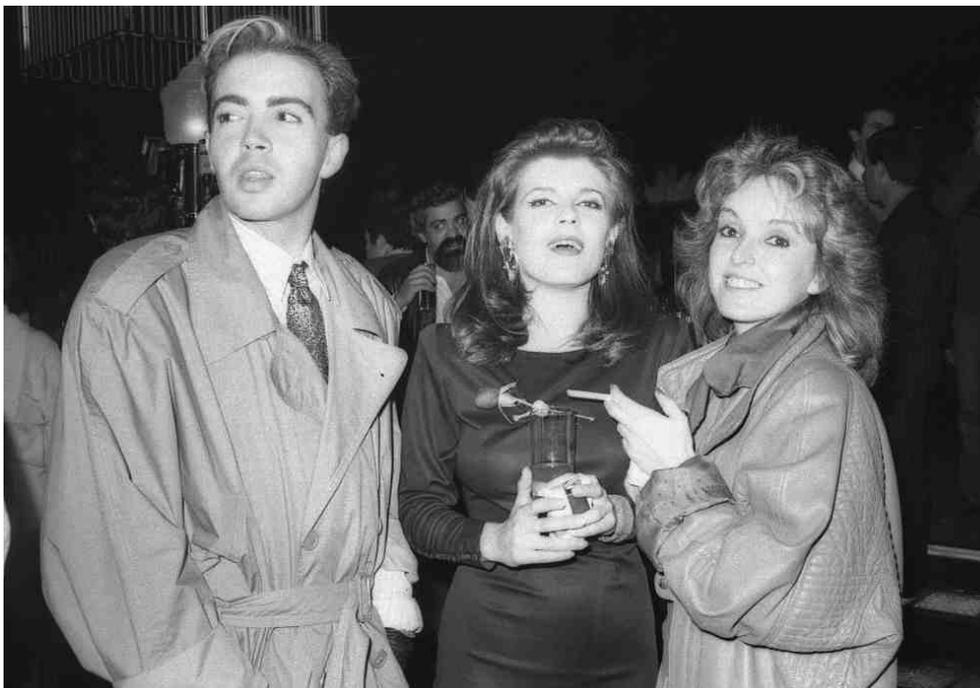
Figura 7: Anamar, durante uma atuação, na década de 1980 Fonte: Foto de Peter Machado.

Fonte: Arquivo KISMIF.



A par de Ana Salazar, devemos também reconhecer os contributos de três grandes nomes, tais como o de Alberto Higino, criador da *Himavi*, Ventura Abel e a sua marca *Mansfield* ou Ana Redondo (Cardim, 2011), que foi a responsável pela abertura da loja *Cliché*, a primeira loja localizada no Bairro Alto em Lisboa, onde se podiam encontrar roupas pouco comuns. Importa também mencionar a importância do surgimento de várias revistas de moda que contribuíram largamente para a instituição do conceito “moda”, tal como a revista *Moda & Moda* (Gusmão, 1985). Em 1981, revistas como a *TV Guia* assinalavam passagens de modelos em Paris, Milão ou Berlim e, desse modo, iam alimentando a moda portuguesa.

Findada a década de 1980 e iniciando-se a década de 1990, Portugal passava a ter cada vez mais destaque, isto porque o ritmo frenético das criações e designs chegavam também ao país. Mais ainda, é também na década de 1990 que começam a surgir mais agências de modelos, e dá-se o aumento da publicidade e do número de passagens de modelos, aspeto esse que contribuía claramente para a afirmação da moda como um elemento determinante da vida social. É de realçar que pelo



Figuras 8: Anamar, no *Frágil*, em Lisboa, na década de 1980 Fonte: Foto de Peter Machado.

Fonte: Foto de Peter Machado Arquivo KISMIF.

facto de a moda ter ganho uma projeção internacional, o DIY passa a estar intimamente relacionado com modos de produção artística, algo especialmente evidente em relação à música, por exemplo. É também interessante mencionar que o corpo voltar a estar nos principais destaques ao nível da moda, e se na década de 1970 o corpo era objeto de vergonha ou fruto de uma visão púdica na sociedade portuguesa, na década de 1990, as campanhas publicitárias eróticas passam a invadir as casas dos portugueses, sendo de assinalar as campanhas da marca Calvin Klein que como forma de promoção dos seus jeans utilizava jovens adolescentes de forma erótica e, apesar de estas campanha ter sido proibida no mercado, o erotismo passou a acentuar-se ainda mais, quer no tipo de tecido usado, quer na cor ou corte (Cardim, 2011), aspeto esse que era aproveitado pelo movimento *punk* de forma subversiva, como iremos ver mais à frente, na secção do ativismo.

4. 'Am I slow enough to save the planet?'. Da *slow fashion* ao *punk* como meio de resistência juvenil

Chon et al. (2020) argumenta que o conceito de sustentabilidade de estende para lá das atividades conscientes relacionadas com o ambiente, referindo antes que este conceito se interliga com a complexidade das relações humanas face à ecologia, à economia, à política e a outras dimensões sociais globais e locais. Então, a moda produz um mundo no qual o corpo, quando vestido, apresenta uma série de práticas que podem ser situadas através de diferentes graus de interação social, ou seja, o corpo no *punk* tal como o corpo na *slow fashion* é influenciado por valores sociais e por dimensões sensitivas, que originam espaços de convívio e de comunicação, através dos quais a resiliência e a resistência são feitas através de significados emocionais (Fletcher, 2012). O corpo vestido e a moda podem (e devem) ser vistos como uma prática social que transparece uma adoção coletiva ou individual de moedas de trocas culturais. Quando pensamos no *punk* e no *slow fashion*, de forma generalista, podemos mesmos estabelecer uma ponte com o que nos refere Rocamora (2002), de que a moda, enquanto sistema, se tornou num campo de lutas fragmentado, como resultado de um processo de globalização e, nesse sentido, ambos os movimentos vieram propor novos padrões de produção e de consumo da moda, ao passo que exacerbaram a ideia de que a moda é movida pela novidade e pela mudança (ver Figura 9) (Reily & De Long, 2011).



Figura 9: Seasick Steve no Festival Paredes de Coura, em 2014 Fonte: Foto de Rui Oliveira.
Fonte: Arquivo KISMIF.

Historicamente, a *slow fashion* emergiu como uma resposta ao movimento *fast fashion*, protagonizado por multinacionais tais como a Zara, por exemplo, que se baseiam, sobretudo, na produção e no consumo de moda massificado. Assim, a *slow fashion*, tal como a moda *punk* podem ser vistas como símbolos da resistência, perspectiva essa que iremos aprofundar posteriormente. Em linhas gerais, a *slow fashion* visa opor-se à moda e ao consumo rápido e massificado que produz efeitos nocivos ao meio ambiente, na verdade, trata-se de um movimento que se contrapõem, sobretudo, ao excesso e ao capitalismo desenfreado. A *slow fashion* nada mais é do que uma forma alternativa de design de moda, criado em 2008, por Kate Fletcher, inspirado no movimento *slow food* (Lee, 2009). Deste modo, o principal objetivo deste movimento era o de incentivar os consumidores a terem uma maior consciência dos produtos de moda que consomem, especialmente do ponto de vista da sua produção e comercialização e, nesse sentido, o trabalho manual e a diversidade são elementos que passam a ter maior destaque, por oposição à massificação (ver Figura 10).



Figura 10: Solar Corona em 2021

Fonte: Guerra (2022, p.55) Arquivo KISMIF.

Autores como Gonçalves e Sampaio (2012) referem que a *slow fashion* pode ser vista como um projeto que é focado no indivíduo, nas suas necessidades e nos seus gostos, ao passo que o mesmo segue um plano de produção centrado na preocupação face aos impactos da comercialização da moda. A criatividade e o processo de criação são pedras de toque, tal como acontecia com o movimento *punk* na década de 1970, principalmente em Portugal, pois cada peça de moda passa a estar imiscuída num ideal pessoal e personalizado que desvenda experiências de vida, bem como estilos e opções de vida, apesar de o movimento assentar numa lógica de criação de peças que são atemporais e que visam resistir à passagem dos anos. Na senda de Lee (2009), a *slow fashion* pretende fomentar uma ligação emocional dos indivíduos com a moda, reduzindo, simultaneamente os ritmos de consumo, tornando a moda numa indústria mais ecológica e sustentável. Um exemplo que pode ser dado foi a coleção *punk* do designer Hugo Costa que foi apresentada no Portugal Fashion em 2019⁴⁹).

⁴⁹) Mais informações em: <https://www.dn.pt/pessoas/colecao-punk-de-hugo-costa-marca-passagem-do-portugal-fashion-por-paris-9056649.html>

Em paralelo, Duarte (2014) realça que o movimento *slow fashion* é uma parte integrante da ideia contemporânea de sustentabilidade e de ecologia, ou seja, o mesmo pode ser tido como uma abordagem que faz com que os próprios criadores tenham uma maior consciência acerca dos impactos dos seus produtos. Outro caso de relevo é o de Vivienne Westwood (ver Figura 11), um símbolo icónico da moda *punk* londrina e que tem vindo a criar coleções inspiradas numa militância ecológica (Guerra, 2022). Assim, na senda de Castro et al. (2019) a presença de Westwood em ambos os movimentos – *punk* e *slow fashion* – fortalece a perceção dos seus pontos em comum, especialmente no que toca à resistência ao consumismo estimulado pelo sistema capitalista da moda – da *fast fashion* e da institucionalização do DIY– e à potenciação de um estilo de vida alternativo, no qual a criatividade do indivíduo é estimulada (Thornton, 2019).

Em certa medida, podemos ainda estabelecer uma ligação entre a *slow fashion* e o DIY, isto porque este movimento assenta na exaltação da produção local e artesanal, mas também na apreciação do trabalho manual, apesar de o acesso a elas ser ainda restrito, pois as mesmas carretam custos elevados o que faz com que estas não estejam disponíveis à maioria dos consumidores. Porém, na sua génese os movimentos *slow* emergem como práticas de contestação à rapidez da vida contemporânea, sendo que os mesmos acabam por dar origem a processos revolucionários de pensamento e de consumo e, como tal, originam emergentes modos de resistência.

Como referimos noutros trabalhos (Guerra, 2022), o DIY tornou-se numa prática massificada, muito devido à massificação causada por um capitalismo tardio na sociedade portuguesa, que talvez só se tenha afirmado de forma proeminente na década de 1990. Atualmente, podemos mesmo referir que o DIY é uma escolha e que, em vários casos, pode ser entendido como uma materialização do tal sentimentalismo face

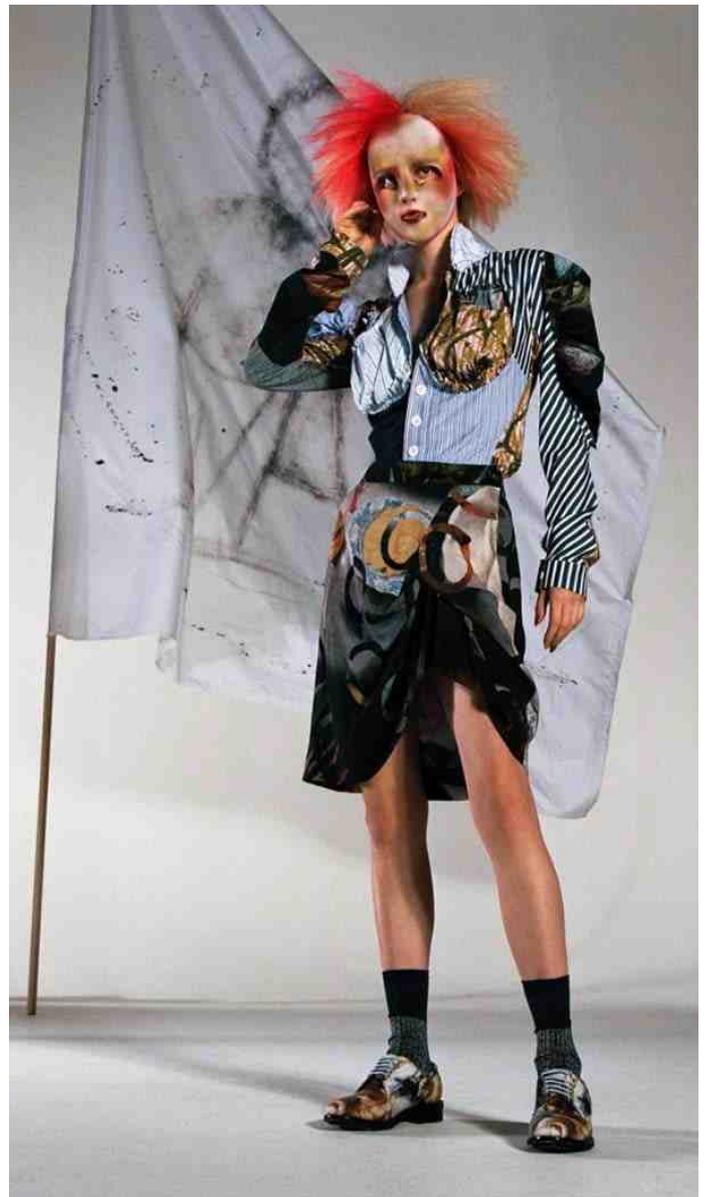


Figura 11: Coleção de Vivienne Westwood e ativismo sustentável
Fonte: <https://www.dezeen.com/2019/10/10/vivienne-westwood-climate-change-crisis/>



à moda, promovido pela *slow fashion*, apesar de esse mesmo sentimentalismo se encontrar no âmago de uma cultura capitalista; a diferença é que avançamos de uma lógica de lucro desenfreado, para uma lógica de personalização e de personificação da moda.

Quer o movimento *punk* quer o movimento *slow fashion* podem ser vistos como movimentos contraculturais e, portanto, podem ser entendidos como uma prática de resistência que tem como objeto a moda e a estética. Ambos resistem ao *mainstream* e àquilo que é massificado. Contudo, de acordo com Castro et al. (2019), os modos de resistir é que se foram diversificando ao longo do tempo, levando ao surgimento de novos campos de possibilidades, de criação, mas também de novas estéticas, materiais e modos de vida, tais como o veganismo por exemplo. De forma sucinta, podemos referir que a resistência referente aos movimentos *punk* e *slow fashion* advém de uma insurgência face às dinâmicas *top-down* aplicadas à indústria da moda, ou seja, desde o surgimento do movimento *punk* que nas sociedades se impunha uma estratificação da moda por camadas sociais, vejamos que no caso português, apenas aqueles jovens que eram oriundos de classes sociais elevadas é que tinham acesso aos bens e à moda londrina ou norte-americana, pois tinham capacidade económica para a importar, ao contrário do que acontecia com os jovens das classes trabalhadoras, pois a sua condição económica e financeira ditava o seu gosto e a sua aparência estética. O mesmo se aplica à *slow fashion*, pois são peças substancialmente mais caras do que aquelas produzidas pela *fast fashion*. Assim, em ambos os movimentos, a criatividade e a resistência comportamental estão patentes, até porque o DIY afirma-se como um intermediário da moda, associando-se a formas reflexivas de “transformar o corpo social, de acordo com os valores morais e estéticos dos indivíduos” (Castro et al., 2019, p.174), quer por via da inovação, quer por via da rutura e da contestação. Em suma, e apoiando-nos nos contributos de Pereira e Nogueira (2013), ambos os movimentos são permeados por uma forte componente social que passa, também, pela afirmação de uma posição individual ideológica de oposição àquilo que é imposto pelos mercados e pelas condições vivenciais singulares, sendo a mesma preconizada pela adoção de uma aparência visual contrastante com as massas que, em certa medida, pode ser entendida como uma ramificação do conceito de movimento social (Castro et al., 2019). No movimento *punk*, vemos uma estética de agressividade e de adoração daquilo que era tido como “feio”, no movimento *slow fashion* vemos uma oposição ao ato de consumir, logo, ambos se pautam por uma oposição que se baseia na não adesão a propostas estéticas massificadas (Leite, 2017).

5. ‘Crazy Little Thing Called ACTivism’. Ativismo, sustentabilidade e moda no Portugal contemporâneo

Apesar de ser uma posição controversa, podemos ver patente o ativismo na moda portuguesa desde a década de 1970 à década de 1990, e ainda mais na atualidade com a *slow fashion*. Começando com a década de 1970, e instituindo uma conexão com o DIY e com a moda *punk*, podemos referir que o ativismo ou a prática ativista estava presente de forma latente. O DIY aplicado à moda e estética *punk* por parte dos jovens portugueses ia ao encontro do movimento enquanto subcultura, no sentido em que permitia o fomento de um sentimento de pertença. Atendendo ao que referimos anteriormente, de que a moda *punk* era uma forma de insurgência dos jovens face aos resquícios do regime ditatorial, a mesma pode ser aqui entendida como uma prática ativista que se opunha fortemente ao conservadorismo e ao incipiente estímulo cultural e artístico nos meios urbanos. O DIY em relação aos modos de reapropriação das roupas e dos acessórios por parte dos jovens portugueses era, de facto, uma forma de ativismo, podendo até mesmo ser tido como um movimento social emergente, uma vez que o intuito era o de demonstrar o seu descontentamento face à ditadura e face aos valores sociais que ficaram instruídos após a sua dissolução. Em suma, apesar de a moda *punk* em Portugal ter sido um tanto quanto incipiente e reduzida às camadas sociais e grupos de jovens que tinham capacidade económica acima da média, o ativismo como conceito pode ser aqui introduzido em função dos contributos de Steele

(1997), sobre o facto de os anos 1970 terem sido marcados por uma imagem de anti-moda, bem como permite a classificação e uma certa categorização do comportamento destes jovens, pois a maior parte dos portugueses pertencia ao *mainstream*, enquanto, por oposição, estes jovens *punk* pretendiam marcar a diferença pela sua estética diferente no meio da massa cinzenta que caracterizava a sociedade portuguesa (Guerra, 2022).

Além das questões estética, também podemos mencionar a existência de um certo ativismo – apoiado na moda – que ia ao encontro de uma contestação social, política e económica, pois a visão destes jovens sobre a sociedade e sobre si mesmos, alterou-se de forma significativa. Assim, estávamos perante uma forma insurgente de ativismo que se baseava na exteriorização estética de um sentimento de revolta acumulado pela vivência de um período ditatorial altamente repressivo. Aliás, como refere Duarte “o clima social e político do país não era propício à emergência de novos valores no âmbito das artes e da Moda, ficando adiada a emergência de designers de Moda, como alternativa a uma indústria têxtil e de vestuário pouco desenvolvida, e a uma costura confinada aos ateliers ou às modistas de bairro” (2004, p. 92).

Fast-forward para a década de 1980, o ativismo mantém-se de forma ativa, até porque o mesmo marcou uma rutura no campo da moda portuguesa, algo tanto mais evidente quando apresentámos as asserções de Cardim (2011), sobre o facto de a década de 1980 ter sido pautada por uma rutura com a Alta-Costura postulada pelo contexto francês. Concomitantemente, é tanto mais perentório referir que estes ainda se apoiavam numa atuação DIY, manifestada na ida a casas de ferragens tradicionais em busca de tachas que depois eram marteladas em cintos convencionais para se tornarem *punk* (Guerra, 2022). A estranheza imperava sobre estes jovens, sendo estes olhados de lado quando caminhavam pelas ruas com o cabelo verde ou as jovens com os cabelos rapados e botas *Doc Martens*. O ativismo e os modos de resistência (Guerra et al., 2017) levados a cabo, em relação à rutura com a Alta-Costura (ver Figuras 12 e 13), corporalizavam-se na frequência e no consumo de lojas de roupa em segunda mão, que paulatinamente se tornaram no ponto de consolidação para o exercício de uma *praxis* DIY. Logo, o ativismo dos jovens *punk* portugueses preconizava as mudanças da sociedade portuguesa protagonizaram uma verdadeira revolução cultural, algo que se verificou especialmente nas estéticas, na moda, nos eventos culturais e artísticos e no surgimento de espaços de fruição musical (Guerra, 2022).



Figura 12: Banda Heróis do Mar na década de 1980

Fonte: Foto de Peter Machado. Arquivo KISMIF.



Figura 13: Lena D'água em atuação no início da década de 1980

Fonte: Foto de Peter Machado. Arquivo KISMIF.



Figura 14: Banda Rádio Macau em 1987

Fonte: Foto de Peter Machado. Arquivo KISMIF.

Tal como aconteceu com a década de 1970, a década de 1980 também foi pautada por uma forte componente ativista relacionada com as visões de anarquia que era veiculada pela moda e pelas estéticas, algo deveras evidente na moda *destroy* de Richmond. Por conseguinte, também podemos enunciar a presença de um *ethos* ativista em relação ao local e à forma como os acessórios e as roupas eram criadas pelos emergentes designers portugueses, até porque as opções estéticas eram elementos que diferenciavam os punks portugueses na década de 1980 e, nesse sentido, o DIY era uma forma de mostrar que eram “punks autênticos” e que não sucumbiam à moda ou às estéticas *mainstream*, ou seja, passa a ser clara a adoção de uma postura ativista que visava a afirmação identitária individual e coletiva. Logo, em certa medida, podemos apelidar a década de 1980 como sendo pautada por um certo ativismo simbólico que proporcionava aos jovens *punk* portugueses um sentimento de prazer e de satisfação por terem, finalmente, a liberdade e os meios para se manifestarem (ver Figura 14) (Fiore, 2010). É aqui que podemos enquadrar aquilo que referimos anteriormente, sobre o facto de a moda ter passado a estar assente numa sobreposição de valores, de imagens e de *looks*. Por mais afastada que as estéticas *punk* e pós-*punk* portuguesas pudessem estar da estética londrina, as mesmas criavam uma silhueta que proporcionava a criação de quadros de referência aos indivíduos acerca da pertença a (sub)culturas, a tribos (Hebdige, 2018). Esta noção de ativismo que aqui apresentamos e discutimos em relação à moda *punk* em Portugal vai ao encontro daquilo que nos referem Guerra e Figueredo (2019) de que o *punk* era muito mais do que um género musical que satisfazia as necessidades dos jovens inconformados da sociedade inglesa e portuguesa; pelo contrário, o mesmo era um estilo de vida, uma filosofia e um modo de atuar e de estar na sociedade.



Figuras 15: Luis Peres, A Boy Named Sue, Pedro Antunes e Afonso Pinto, na década de 1990.

Fonte: Foto de A Boy Named Sue. Arquivo KISMIF.

Situando-nos na década de 1990, Guerra (2022) afirma que os jovens portugueses passam a ter conhecimento de outros géneros musicais tais como o *grind* ou o *crossover*, e a par disso a indústria da moda assume o seu auge em Portugal, com o *boom* de agências de modelos, desfiles e revistas de moda (Cardim, 2011). É também neste período que passava a existir uma tônica no corpo como fonte de erotismo, e passa a ser comercializada a ideia de que *sex sells*. Porém, principia-se uma fragmentação das estéticas, dos gostos e dos consumos, fruto de uma maior variedade de subgéneros e, neste sentido, a prática ativista passa a estar intimamente relacionada com as produções musicais, com as letras e com a resistência política através da música (ver Figuras 15 e 16). De acordo com Guerra (2022), os Nirvana e Kurt Cobain são os paradigmas desta sonoridade e estética. Desde logo é possível referir que o DIY, nesta época e associado à indústria artística, tornou-se na principal forma de vivência destes jovens: eles publicavam e faziam os seus fanzines, criavam websites de fandom, gravavam álbuns nos seus quartos e continuavam a fazer as suas próprias roupas (Guerra, 2022). Com a proliferação das lojas de roupa e de acessórios, o DIY e a prática ativista, passam a estar intimamente associados com as práticas de criação e de produção artística. No nosso entendimento, o DIY e o ativismo desenvolveram-se e ampliaram-se a outros domínios artísticos e sociais.

Em suma, o ativismo neste período temporal passa a estar fortemente associado à indústria musical passa a ser visto como uma forma de resistência à dominação capitalista da indústria (Mckay, 1998), bem como a prossecução de uma prática ativista, quer através da moda quer através da produção musical, passa a ser vista como uma forma de empoderamento e simultaneamente, como consubstanciação dos processos de aprendizagem e de valorização da independência (Guerra, 2022). Importante também é de enunciar o surgimento, em 1991, da banda *Bikini Kill*, que

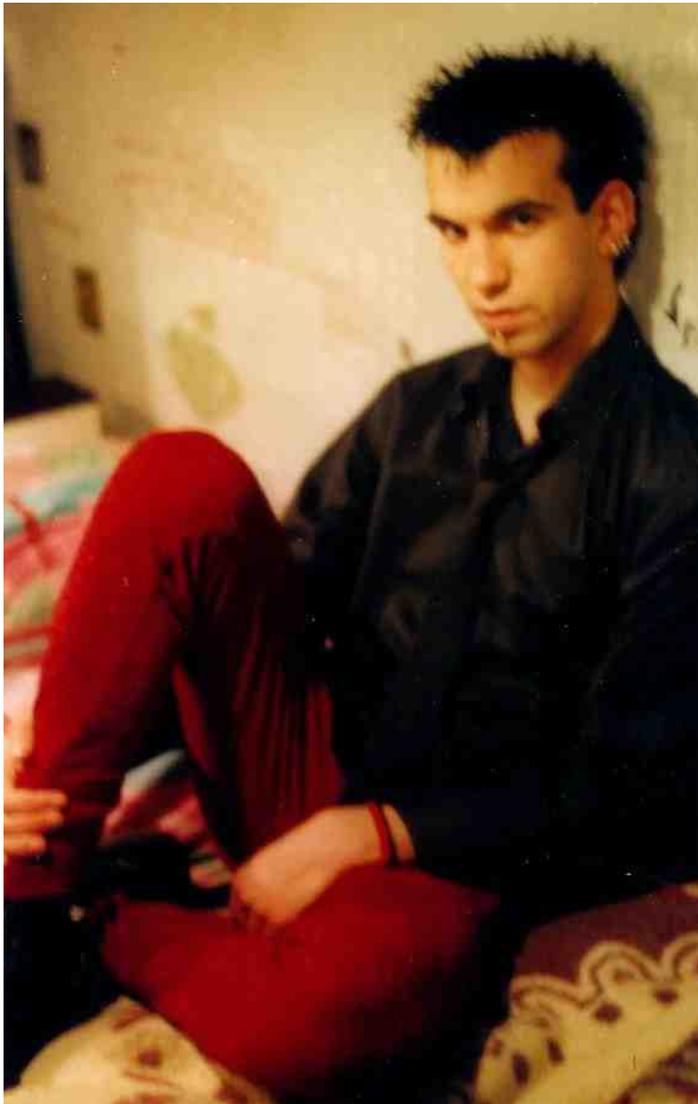


Figura 16: A Boy Named Sue, na década de 1990
Fonte: Foto de A Boy Named Sue. Arquivo KISMIF.

veio enfatizar o movimento *Riot Grrrl* (ver Figuras 17), um movimento que se baseava no questionamento da objetificação sexual das mulheres contrariando a ideia inicial de que o movimento *punk* proclamava a igualdade de género (Reddington, 2003). A moda, no contexto desta banda, era uma prática profundamente ativista, pois era utilizada para contrariar o erotismo *mainstream* (Cardim, 2011), bem como era um meio de afrontar as normas sociais patriarcais instauradas.

As roupas justas são substituídas por peças *oversize* e as roupas de dormir passam a ser utilizadas durante o dia. A roupa rasgada, as calças velhas, os tops com remendos, os cabelos por pentear e a maquilhagem exagerada e malfeita, marcavam um pouco a estética do movimento *riot*. (Guerra, 2022, p.51)



Figuras 17: Voodoo Dolls na década de 1990
Fonte: Foto de Cristina Sousa. Arquivo KISMIF.



Assim, as roupas que eram usadas pelos homens passavam a serem reapropriadas pelas mulheres, numa tentativa de demonstrarem a igualdade entre ambos os géneros (Mcrobbie, 1980) ao contrário do que acontecia na década anterior, em que havia uma separação clara entre a estética masculina e a feminina.

Se noutros trabalhos (Guerra, 2022, p.46) referíamos que o DIY era um “elemento mutável dessa mesma cultura e movimento, no sentido em que se adaptava (e adapta) às demandas sociais e individuais.”, tal afirmação tornou-se ainda mais evidente quando chegamos à atualidade, na nossa análise, e nos debruçamos sobre a *slow fashion*. De acordo com D’Mello (2017), desde 2016 que cada vez mais marcas estão a ser conduzidas para uma mentalidade ativista, indo além do aspeto glamoroso da moda e passam a concentrar-se na utilização da sua influência na indústria da moda para aumentar a sensibilização e apoiar causas progressivas de proteção ambiental e ecologia, traduzindo-se tais práticas no fomento de novos estilos de vida (ver Figura 18).



Figura 18: Sunflowers, em 2018

Fonte: <https://madeinportugalmusica.pt/sunflowers-tour-europeia/>

Neste sentido, e gerando uma correspondência entre a *slow fashion* e o ativismo de design, D’Mello (2017) refere que ambos têm sido encarados como práticas, nas quais os designers se tornam elementos ativos de promoção da utilização das suas competências para melhorarem contextos sociais, políticos e ambientais (Thorpe, 2011). Além disso, a identificação de uma geração de pós-linguagens conhecida como 'Gen Viz' (D’Mello, 2017), depende de um estilo de vida mais digital, ao mesmo tempo que tem uma atitude DIY para fazer o seu próprio trabalho. Os indivíduos desta geração nasceram no final da década de 1990 e são um subconjunto da Geração Z. O consumidor mais jovem é mais pró-activo e são mais conscientes socialmente (Britten, 2016), o que faz com que as suas práticas sejam de uma natureza ativista.

A década de 1990 e o início dos anos 2000 marcaram-se por um conjunto de interseções que, eventualmente, acabam por ligar o (pós)-punk à *slow fashion*. Esta ligação desponta de um sentimento de contestação das condutas e dos gostos hegemónicos, sendo que a *slow fashion* emerge como um meio de resistência aos modos convencionais de consumismo massificado. Com efeito, o ativismo em relação à *slow fashion* pode ser descrito como um campo de possibilidades, isto porque este movimento contraria o hipermodernismo acelerado e produtivista, exacerbando novas estéticas, narrativas, materiais e outros estilos de vida mais sustentáveis e ecológicos que, por seu turno, contestam em larga medida o sistema e os códigos da moda contemporâneos (Guerra, 2022).

De forma sucinta, podemos associar a *slow fashion* a um *fashion-activism* (Garrido, 2022), um conceito que faz referência ao conjunto de práticas utilizadas no mundo da moda para alcançar mudanças políticas, sociais ou climáticas. O ativismo em relação à *slow fashion* engloba práticas que ultrapassam as fronteiras das mercadorias e o sistema de moda para ativar o público a agir sobre questões contestadas, tais como o excesso de produção, o uso de produtos nocivos para o meio ambiente e o consumismo desenfreado. Ou seja, o ativismo em relação à *slow fashion* inclui uma consciência cívica e de mobilização, bem como a mudança comportamental e impactos sistémicos (Garrido, 2022). Assim, a moda no âmbito do movimento da *slow fashion* pode ser utilizada como uma arma ideológica, ou seja, como um conjunto de ideias, podendo comunicar um ponto de vista a esse grupo. Mais, Garrido (2022) também defende que o ativismo político e sustentável pode ser um catalisador de uma moda sustentável, podendo ser aqui referido o exemplo das lojas de roupa em segunda mão que atualmente são frequentadas por motivos ecológicos e devido a preocupações com a sustentabilidade do planeta e dos materiais, enquanto no passado era por motivos económicos (Guerra, 2022).

6. 'Fashion Killers'. Uma prospetiva reflexiva

Talvez a realização de conclusões não seja o passo mais indicado no contexto deste trabalho, até porque considerámos que o campo de investigação da moda em Portugal ainda apresenta muitas oportunidades de exploração e de análise. Contudo, queremos reforçar a ideia de que o ativismo, na indústria da moda, tem-se provado como um meio promotor de mudanças efetivas e positivas nos campos políticos, sociais e ambientais.

A moda em geral, e a moda *punk* em específico, são, de facto, um meio de livre expressão e, ao longo dos séculos, estas têm sido utilizadas como uma forma de comunicação não verbal para caracterizar classes sociais, riqueza, localização, género ou posições ideológicas (Garrido, 2022). Como referiria Simmel (1997), a moda é uma forma de imitação e, portanto, de equilíbrio social e, nesse sentido, podemos enquadrar o ativismo e o DIY abordados no contexto deste artigo como uma equação que combina as esferas de atividade social com o desejo de mudança individual e coletiva dos jovens *punk* aqui mencionados.

Referências Bibliográficas

- Ansart, P. (2019). *A gestão das paixões políticas*. Curitiba: UFPR.
- Bourdieu, P. & Delsaut, Y. (1975). Le couturier et sa griffe: contribution à une théorie de la magie. *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, 1 (1), 7-36.
- Bourdieu, P. (2000). *Les structures sociales de l'économie*. Paris: Seuil.
- Britten, F. (2016). *How we communicate: Are you generation Viz?*. Disponível em: <http://www.thetimes.co.uk/article/how-we-communicate-are-yougeneration-viz-xsrhbx62z>
- Bourdieu, P. (1996). *Distinction: A social critique of the judgement of taste*. London: Routledge
- Castro, M.S.F.; Martins, J.C.O. & Ferreira, K.P. (2019). A resistência na *Moda* através do tempo: movimento punk e *slow fashion*. *dObra[s]*, 12 (25), 166-183.

- Cardim, V.C. (2011). *A moda em Portugal: 1960 a 1999*. Lisboa: IADE.
- Chon, H.; Natasha, L.J. & Lim, E. (2020). Designing resilience. Mapping Singapore's sustainable fashion movements. *Design Cultures*, 1-11. Disponível em: <https://ualresearchonline.arts.ac.uk/id/eprint/18742/1/DCs-Designing%20Resilience.pdf>
- D'Mello, S. (2017). *The impact of fashion activism on Gen Viz*. MA Thesis, Manchester Metropolitan University, Fashion Design Womenswear, United Kingdom.
- Duarte, C. (2016). *O género como espartilho. Moda e feminismo(s)*. Tese de Doutoramento em Sociologia. Lisboa: Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa.
- Duarte, C. (2004). *Moda*. Lisboa: Quimera Editores.
- Duarte, D.A. B. (2014). *Marcas slow fashion entre o conceito e o mercado de moda*. Ceará: Universidade Federal do Ceará.
- Fiore, A.M. (2010). *Understanding aesthetics for the merchandising and design professional*. New York: Fairchild Books.
- Fletcher, K. (2012). Durability, fashion, sustainability: The processes and practices of use. *Fashion Practice*, 4 (2), 221-238.
- Garrido, B.S. (2022). El activismo sostenible en la industria de la moda. Análisis a través de la marca de lujo Vivienne Westwood. *Trabajo Fin de Grado*, Facultad de Ciencias Humanas y Sociales, Comilla Universidad Pontificia, Madrid.
- Gonçalves, T.A. & Sampaio, C.P. (2012). *A implementação do slow fashion e o novo luxo*. Curitiba: Anais.
- Guerra, P. (2022). Teenagers From Outer Space: Contributos para uma genealogia dos fios que teceram a moda e o do-it-yourself em Portugal. *dObras* – revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda, 34, 19-63.
- Guerra, P. (2021). So close yet so far: DIY cultures in Portugal and Brazil. *Cultural Trends*, 30 (2), 122-138.
- Guerra, P. (2018). Raw Power: Punk, DIY and underground cultures as spaces of resistance in contemporary Portugal. *Cultural Sociology*, 12 (2), 241-259.
- Guerra, P.; Gelain, G. & Moreira, T. (2017). Collants, correntes e batons: género e diferença na cultura punk em Portugal e no Brasil. *Lectora: revista de dones i textualitat*, 23, 13-34.
- Guerra, P. & Figueredo, H.G. (2019). Today Your Style, Tomorrow The World: Punk, Moda e Imaginário Visual. *Modapalavra e-periódico*, 12 (23), 73-111.
- Gusmão, M. (1985). Moda nacional. *Moda & Moda*, 3, maio de 1985.
- Hebdige, D. (2018). *Subcultura: O significado do estilo*. Tradução: Paula Guerra e Pedro Quintela. Lisboa: Maldoror.
- Herald, J. (1992). *Fashions of a decade: The 1970's*. UK: Facts on File.
- Lee, M. (2009). *Eco Chique: o guia de moda ética para a consumidora consciente*. São Paulo: Larousse Brasil.
- Leite, R. (2017). Vivienne Westwood faz apelo sustentável: "não comprem nada". *Indústria Têxtil e do Vestuário*. Ano XI, 13 jun. 2017. Disponível em: <http://textileindustry.ning.com/m/discussion?id=2370240%3ATopic%3A794444>
- Mattson, K. (2019). Leather Jackets for flowers: the death of hippie and the birth of punk in the long, late 1960s. *The sixties. A Journal of History, Politics and Culture*, 12 (1), 1-44.
- McKay, G. (1998). *DiY Culture: Party & protest in nineties Britain*. London: Verso.
- McRobbie, A. (1980). Settling accounts with subcultures: a feminist critique. *Screen Education*, 34, 37-49.
- Muggleton, D. (2006). *Inside subculture: The postmodern meaning of style*. New York: Berg.
- Pereira, D.R. & Nogueira, M.F. (2013). Moda sob medida. Uma perspectiva do slow fashion. 9.º Colóquio de Moda, Fortaleza. Disponível em: http://coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202013/COMUNICACAO-ORAL/EIXO-1-DESIGN_COMUNICACAO-ORAL/Moda-sob-medida-uma-perspectiva-do-slow-fashion.pdf

- Polhemus, T. (1994). *Streetstyle: From sidewalk to catwalk*. London: Thames and Hudson.
- Reddington, H. (2003). 'Lady' punks in bands: A subculture? In D. Muggleton & R. Weinzierl (eds.). *The Post-Subcultures Reader* (pp.9-20). Oxford: Berg.
- Reily, K. & DeLong, M. (2011). A consumer vision for sustainable *Fashion Practice*. *Fashion Practice*, 3 (1), 63-83.
- Rocamora, A. (2002). Fields of Fashion: Critical Insights into Bourdieu's Sociology of Culture. *Journal of Consumer Culture*, 2 (3), 341-362.
- Simmel, G. (1997). Fashion. *American Journal of Sociology*, 62 (6), 541 – 558.
- Sklar, M.; Autry, S. & Klas, L. (2021). Fashion Cycles of Punks and the Mainstream: A US Based Study of Symbols and Silhouettes. *Fashion Practice*, 13 (2), 253-274.
- Steele, V. (1997). Anti-Fashion: The 1970s. *Fashion Theory*, 1 (3), 279-295.
- Thornton, S. (2019). *Sete dias no mundo da arte*. Lisboa: Arcádia.
- Thorpe, A. (2011). Defining design as activism. Disponível em: <http://designactivism.net/wp-content/uploads/2011/05/Thorpe-deiningdesignactivism>
- Vicent-Ricard, F. (1989). *As espirais da moda*. São Paulo: Paz e Terra.





ORGANIZAÇÃO:



APOIO: