AFORESTDESIGN (p. 6)

LARA TORRES (p. 14)

WHITE TENT (p. 22)

VITOR (p. 30)

A MODA COMO CATALISADOR DE MUDANÇA

por Eduarda Abbondanza

LAB é intencional, experimental,
dinâmico e agitador.
Enquanto plataforma de acolhimento de novas
linguagens na área da moda, promove a reflexão e
discussão através da criatividade sobre os actuais
paradigmas da sociedade moderna.
Quatro interpretações de moda sem o peso nivelador
das exigências dos mercados recorrem à utilização
de novas metodologias, subvertem materiais, alteram
estereótipos e desafiam olhares.
Apoiados por sistemas conceptuais em que as várias
linguagens artísticas se misturam, na procura sistemática
de novas formulações energéticas como catalisadores
da mudança, a ModaLisboa | Estoril apresenta:
aforestdesign, Lara Torres, Vítor e White Tent.

FASHION AS A CATALYST FOR CHANGE

by Eduarda Abbondanza

LAB is intentional, experimental,
dynamic and provocative.
As it provides a safe haven for new languages in the
world of fashion, it also promotes reflection and creative
discussion about the current paradigms of modern society.
Here we have four interpretations of fashion that are
not weighed down by the levelling forces of the market,
interpretations that turn to new methodologies, subvert
materials, alter stereotypes and challenge our vision.
Supported by conceptual systems in which the various
artistic languages combine, in the systematic search
for new energetic formulations as catalysts for change,
ModaLisboa | Estoril presents: aforestdesign, Lara Torres,
Vítor and White Tent.

MUDANÇA

por LAB

A influência da moda na vida de todos nós é enorme. Mesmo quando não há uma consciência estética, as nossas escolhas de vestuário, são os códigos com os quais demonstramos à sociedade aquilo que somos. A forma como nos projectamos no mundo e a forma como nos deixamos "ler" pelo outro.

Na moda, encontramos uma multitude de formas de expressão: algumas mais convencionais, e por convencional não se entenda como diminuidor; e outras mais intervenientes ou com uma vertente experimental,através da qual são exploradas e propostas novas formas de expressão e pensamento.

Na primeira encontramos uma resposta às necessidades mais imediatas da sociedade. É através dela que a maioria dos grupos sociais se expressa, de acordo com os seus códigos. Com a segunda, exploram-se caminhos e possibilidades estéticas que promovem novos comportamentos, atitudes e abrem caminho à discussão.

Traça-se o que poderá vir a ser o caminho da primeira, ou simplesmente, reage-se contra estereótipos, e convenções. Foge-se à regra. Estimula-se a criatividade e questiona-se a forma de entender o vestuário e a nossa forma de expressão enquanto indivíduos. É um catalisador de mudança.

Esta publicação, tem como objectivo dar a conhecer mais profundamente o projecto de 4 criadores que acreditam na moda enquanto catalisador de mudança. No panorama nacional, encontramos vários projectos que acreditam na moda nesta segunda vertente. Sentimos no entanto, que o nível de entendimento e de aculturamento deste tipo de projectos em Portugal carece de informação, e que estes são muitas vezes, e erradamente, analisados pelos mesmos padrões com que são analisados todos os projectos apresentados na nossa indústria. É necessário, antes de mais, entender quais os objectivos de cada projecto. Enquanto criativos, o único terreno comum que temos, é o fim absoluto das nossas criações, que é trabalhar a partir do corpo e definir identidades. Cada projecto deve ser analisado individualmente. Cada marca/autor tem o seu objectivo, a sua estrutura, os seus mercados e as limitações impostas por estes que muitas vezes ditam a sua dimensão. É muito importante analisar todos estes factores para que possamos verdadeiramente perceber o objectivo dos nossos criadores, e que possamos ao mesmo tempo impulsionar a nossa indústria, e projecta-la no panorama nacional e internacional. Mostrando a moda portuguesa como uma plataforma criativa inovadora.

O Lab, enquanto grupo de trabalho propõe abrir a discussão e tornar o lugar da moda num lugar de mudança onde todos temos um papel interventivo e podemos ajudar a mudar o olhar tornando-nos mais críticos.

CHANGE

por LAB

Fashion has an enormous influence in our lives. Even when there is little aesthetic awareness, what we choose to wear, are the codes with which we show society what we are. It is the way we project ourselves to the world and the way we allow others to "read" us.

A Multitude of ways of expression is found in fashion: some more conventional, and this should not be understood as diminishing; and some more intervenient or with a more experimental flare, through which new forms of expression and thoughts are explored and proposed.

In the first we find answers to society's immediate needs. It is through it that the majority of social groups expresses' themselves, according to their own codes. Through the latter, aesthetic paths and possibilities are explored that promote new behaviors and attitudes, and give way to discussion. It outlines what could be the way for the first approach,or simply serves as a reaction against stereotypes and conventions. It escapes the rules. Stimulates creativity and questions the way of understanding fashion and the way we express ourselves as individuals. It is a catalyst for change.

The purpose of this publication, is to give insight into the projects of 5 designers that believe in fashion as a catalyst for change. Nationally, there are several projects that believe in fashion in this second approach. We feel, nonetheless, that the level of understanding of this kind of projects lacks information. They are the majority of times and wrongly analyzed by the same standards as all other projects present in our industry. It is necessary to understand the objectives of each project. As designers, the only ground we have in common is the ultimate end of our creations, which is working from the body and defining identities. Each project must be analyzed individually. Each brand/designer as its goals, structure and its markets. The last one, very often dictating a brand's dimension. It is very important to take all this into consideration to truly understand what our designers aim to achieve. At the same time, by doing this, we can help project and promote our industry nationally and internationally. Showcasing Portuguese fashion as an innovative creative platform.

LAB, as a work group, proposes to open discussion, making fashion a vehicle for change, where we all have an intervenient role, contributing to change perceptions and making us all more critical.

· AFORESTDESIGN ·

www.aforest-design.com

OUVRAGE

por aforestdesign

Os lobos vivem no imaginário da maior parte das crianças como creaturas temíveis que as atacam ou devoram. As histórias muitas vezes provenientes de contos folclóricos e das várias mitologias, criadas e adaptadas por Charles Perrault, Sergei Prokofiev, Hans Christian Andersen, Grimm, usam o lobo como símbolo dos vários perigos a temer e da moral a seguir.

O chamado lobo mau representa simbólicamente o medo da escuridão, do desconhecido criados num spaço e tempo em que tanto os lobos como a vida selvagem eram tidos como inimigos da humanidade.

Mas outras civilizações como os índios americanos, os Russos, os Japoneses e alguns povos de Leste respeitam os lobos pela sua coragem e agilidade para caçar.

Deuses ou heróis assumem assim um poder quase sempre relacionado com a natureza e o seu equilíbrio.

A aforestdesign entra neste universo para criar uma colecção de peças em crochet e jersey de algodão que evocam o culto do lobo e do universo místico que o rodeia, não podendo deixar de fora a tão misteriosa floresta.

CALÇADO: Adidas

OUVRAGE

by aforestdesign

Wolves are alive in the imagination of most children as terrible creatures that will attack or devour them. The wolf is a symbol of the dangers that we should fear and the moral code we should follow, and has appeared as such in many myths and folk tales later inspiring the works of Charles Perrault, Sergei Prokofiev, Hans Christian Andersen and the Brothers Grimm.

The so-called bad wolf symbollically represents the fear of darkness, of the unknown, a symbol created in a time and place in which wolves as much as any other wildlife were seen as enemies of mankind.

But other societies, such as Native Americans, Russians, the Japanese and some peoples of the East respected wolves for their courage and agility when hunting.

Gods or heroes often manifest powers related to nature and the balance of nature.

aforestdesign comes into this universe to create a collection in crochet and cotton jersey that recalls the cult of the wolf and the mystic universe that surrounds it, and certainly doesn't leave the mysterious forest outside.

SHOES: *Adidas*

"IN THE WOLF WE HAVE NOT SO MUCH AN ANIMAL THAT WE HAVE ALWAYS KNOWN AS ONE THAT WE HAVE CONSISTENTLY IMAGINED,"

Barry Holstun Lopez

DAS IDEIAS PARA UMA FLORESTA

Entrevista a Sara Lamúrias por Danielle Melisse Butcher

Eu recordo-me do dia em que te conheci.
Eu estava nos bastidores, na noite da tua estreia no Lab da Modalisboa com a colecção Tv Off – The knitted series. A sua colecção foi uma das favoritas da semana da moda e respeitava profundamente o seu tema.
Lembra-se de como te sentiste nessa noite?

Lembro-me sim. Eu estava extremamente nervosa e depois da apresentação estava emocionalmente desorientada entre a grande satisfação de ter uma tão boa aceitação do meu trabalho, sendo ele tão novo e invulgar, e a dificuldade de lidar com tanta atenção para a qual não estava, de todo, preparada. Mas no final foi bom voltar a casa tendo a confirmação que ser fiel àquilo em que acredito é a melhor coisa a fazer.

Em que é que estavas a pensar na primeira vez que viste o teu trabalho ser apresentado deste modo?
Como é que isto reflecte o lugar em que te encontras agora, na tua carreira?

Foi muito importante apresentar a totalidade do conceito perante o público, com uma apresentação específica, muito simples e clara. Houve uma apresentação de um vídeo realizado por Bruno Caracol, artista plástico, a música de Woman in Panic enquadrava-se perfeitamente e o conceito era muito forte.
A primeira apresentação num evento como a Modalisboa e o seu bom resultado foram uma porta aberta para explorar um mercado onde a aforestdesign tinha começado com pequenas produções já presentes em revistas como a Neo 2. A apresentação fora dos palcos foi mostrada na revista Adbusters, que era exactamente o tipo de posicionamento que eu desejava ter, uma vez que aí o design de vestuário lida com os problemas e questões de toda a gente e não é apenas um mundo à parte.

Ao longo dos anos, o teu trabalho levanta sistematicamente problemas sociais ou é criado para, intencionalmente, apresentar convicções.
A justaposição da tua mensagem vs. os materiais e o design é única. Como é que consegues saber quando o fit é o certo?
O que é que há no tricô – uma vez que trabalhas tão frequentemente com ele, que personifica o que pretendes transmitir?

O meu conceito e os materiais com que trabalho baseiam-se muito no meu modo de ser. Sendo um designer de vestuário eu escolho trabalhar com materiais que acho serem os mais confortáveis para se usarem frequentemente e no dia a dia. Assim sendo, os materiais com que trabalho são muito relevantes para as opções de design que se baseiam na recontextualização de objectos e materiais, entrecruzando funções e comunicando ideias. O tricô, tal como os bordados e outros trabalhos manuais com que procuro trabalhar são técnicas que valorizo como uma herança cultural e um tipo de trabalho, que pelo processo de elaboração, estão muito ligados às gentes e às suas vidas. Eu penso que isto se enquadra no que a Aforestdesign quer dizer e no que quer ser.

Ao longo das tuas colecções, que tipo de trabalho foi o mais desafiador e teve o maior impacto ao transmitir a sua mensagem?

Eu penso que o meu último projecto, Combo, foi verdadeiramente um desafio. Demorou um ano e na totalidade criei treze objectos relacionados com treze tipos de lojas de comércio tradicional que deveriam ser expostas em cada loja. Pretendia também que se aprendesse o processo de design de cada objecto nas próprias lojas. O projecto aconteceu em 9 cidades portuguesas diferentes e tinha como objectivo unir o comércio tradicional e o design, promovendo ambos, entre as massas. Foi muito diferente de ser uma designer de vestuário mas foi uma experiência formidável e teve algum impacto um pouco por todo o lado. Neste momento tenho um pequeno filme sobre este acontecimento em exibição na Bienal de Design de Gwangju na Coreia.

A transição da colecção TV Off para outras em que a subtileza é o tema é muito óbvia. O que provocou essa mudança?

Desde que comecei a aforestdesign, uma coisa que estava muito clara era que não queria sentir-me comprometido com uma linha, queria trabalhar em ideias. Conceptualmente, sou guiada por um modo muito intuitivo, consigo captar mensagens relativas àquilo que me entusiasma ou sobre as questões com que estou a lidar.
Assim, penso que a colecção Tv Off teve uma imagem tão forte porque toda a ideia me levou nesse sentido. Acredito que continuo a ser a mesma designer com as mesmas intenções e que isso é apenas uma questão daquilo em que eu decido trabalhar.
Estou pronta para trabalhar em algo como a Tv Off em qualquer momento!

É aparente nas tuas colecções que desenhas a partir de uma visão muito pessoal quando trabalhas.
Quais são os três acontecimentos ou experiências mais marcantes da tua vida que se transformaram através do seu design?

Sim, eu desenho a partir de uma visão muito própria mas "saio para caçar" e trago para casa material para lhe dar a minha perspectiva. Penso que os acontecimentos que mais influenciaram o meu design são acontecimentos que me influencia-ram não só como designer mas também como pessoa e isso não se consegue ver representado directamente nos temas com que trabalho.
1º Só no quarto ano da minha licenciatura de design de moda é que percebi que poderia ser uma designer como sou neste momento, através de um projecto de arte e moda proposto pela Eduarda Abbondanza (antes disso eu pensava estar no curso errado).
2º A minha experiência de estágio na Bless, em Berlim, e viver sozinha pela primeira vez. (Não

FROM IDEAS TO A FOREST

Interview to Sara Lamúrias by Danielle Melisse Butcher

I remember the day I met you- It was backstage the night of your premiere show in the lab portion of Modalisboa when you exhibitioned TV OFF- the knit series. Your collection was a fashion week favorite and spoke intensely to its theme. Do you recall how you felt that night?

Yes I do. I was extremely nervous and after the presentation I was emotionally quite lost between this big satisfaction on having such a good acceptance of my work, as strange and new as it was, and the difficulty of dealing with having so much attention, for that I wasn't prepared at all! In the end it was good to be back home having the confirmation that being loyal to what you are is the best thing to do.

What were you thinking the first time you saw your work presented in this manner?
How does this reflect the place you are in your career now?

It was very important to show the whole of the concept with a public action, with a specific performance, very simple and clear. There was a projection of a video done by Bruno Caracol, artist, the music by Woman in Panic fitted perfectly and the styling was very strong.
The first presentation in an event as Modalisboa and its good result was an open door to explore a market where aforestdesign had started in small product editions already presented in magazines like Neo 2.
The tv off collection was shown on Adbusters which was exactly the type of positioning I wanted to have, where clothing design deal with everyone's issues and its not just a fashioned world apart.

Over the years, your work consistently addresses relevant social issues or otherwise is intended to create a statement. The juxtaposition of your message vs. material and design is very unique. How do you know when the fit is right?
What is it about knitwear- as you so often work with, that embodies what you want to translate?

My work concept and materials are very based on my own may of being. As a clothing designer I choose to design with materials I feel are the most comfortable to wear everyday and a lot. So the materials are very relevant for my design options which are very based on re-contextualizing found objects conceptually and materially, crossing functions and communicating the idea.
Knitwear, as embroidery, and other handwork I look to work with are tecnhiques which I value as a cultural heritage and a type of work that for its process is very connected to people, to their lives. I think this goes towards what aforestdesign wants to say and where it wants to be.

Throughout your collections what body of work was the most challenging to get through and has made the most substantial impact in realizing its message?

I think my latest project Combo was a really big challenge. It happened during a year and totally I've created 13 objects related to 13 types of traditional commerce stores that were to be exhibited in each store and also to have its design process learned there. The project happened in 9 different Portuguese cities and it was an intention to unite traditional commerce and design, promoting both between the masses. It was quiet beyond being a clothing designer but it was a great experience and it had such a good impact a little bit everywhere. At this moment I have a small film on it being shown at the Gwangju Design Biennale in Korea.

The transition from TV OFF towards collections driven by subtlety was very obvious. What made this change?

Since i've started aforestdesign, one thing was very clear I didn't wanted to feel compromised with a "line", I wanted to work on ideas. Conceptually i'm driven in a very intuitive way, I always pick up messages related to what i'm enthusiastic about or issues i'm dealing with.
So I think tv off was such a strong image because all the idea took me to that. I believe i'm the same designer with the same intentions its such a matter of what I decide to work on. I'm ready to work on something like tv off at any moment!

It is apparent in your collections that you draw from a very personal place when you work.
What are the three most influential events or experiences in your life that have transformed through your design?

Yes, I design from a very personal place but I go out to hunt and bring it home to take my personal views. I think the most influential events on my design are influent events on me not only as a designer but also as a person and you cannot see it directly translated on the themes I work on.
1.So only in the fourth year of my fashion design graduation I found I could be a fashion designer in the way I am now through an art and fashion project proposed by Eduarda Abbondanza (before that I really though I was in the wrong course).
2.My Internship experience at Bless in the city of Berlin and living by myself for the first time. (I cannot say which one of this 3 aspects is the greatest)
3.The aforestdesign experience. Dealing with the market and all the creative and industrial world, it's a very extreme experience to deal with all that and try to be faithful to what you are.

Describe how you are inspired- your process?

I'm a very day to day life inspired person and I register constantly my ideas and feelings in small graphic diaries. So its kind of a continuous process that results on collections. And the collections calendar fits on it and not the opposite.
When I start developing the collection I take something that i'm developing in that diaries and I start to work on the collection as you make a drawing – you need to relate everything to get things in the right place – so I work on materials options, design development and the idea communication at the same

consigo dizer qual destes três aspectos me influenciou mais)
3º A experiência da aforestdesign. Ter de trabalhar com um mercado e todo o mundo creativo e industrial é uma experiência extrema com a qual lidar ao mesmo tempo que se tenta manter-se fiel ao que somos.

Descreve-me como te inspiras – qual o teu processo?

Sou uma pessoa muito inspirada pela vida do dia a dia e registo constantemente as minhas ideias e sentimentos em pequenos diários gráficos. É semelhante a um processo contínuo que resulta nas colecções. E o calendário das colecções é feito de acordo com isto e não ao contrário.
Quando eu começo a desenvolver a colecção pego em algo que estou a desenvolver nesses diários e inicío o trabalho como se fosse um desenho – é necessário relacionar tudo para que tudo fique no seu lugar correcto – por isso trabalho em opções de materiais, desenvolvimento do design e na ideia de comunicação como um todo, ao mesmo tempo.
Este modo de trabalho é-me muito estimulante porque o torna experimental e surpreendente em todas as fases do processo.

Há muito de *playful* na natureza das tuas colecções; e o teu público é uma geração mais jovem. Parece que lutas para que esta geração se aperceba dos problemas de hoje em dia e os levas a formar opiniões criando objectos que lhes são acessíveis – Que tipo de pessoa pensas que subscreve o teu trabalho? O que pretendes provocar?

Não procuro atingir nenhum público específico ou os problemas diários desta geração, normalmente refiro-me aos meus mas é verdade que pretendo provocar opiniões, críticas e emoções.
Eu recebo respostas de pessoas tão diferentes (em termos de idade e profissão) que se me torna difícil definir um tipo de pessoa mas também sei que o meu trabalho toca diferentes pessoas dos mais variados modos porque ele próprio é muito diversificado.

Como é que vês o desenrolar da evolução da Aforestdesign? Achas que desde que começou a tua motivação se alterou quando olha para os objectivos que tem agora e os compara com os que tinha quando começou a sua carreira? E qual é a resposta ideal que esperas obter no que diz respeito aos teus futuros projectos ?

Eu penso que o grande desafio é manter a aforestdesign fiel à sua essência. Comunicar ideias.
No momento, vou em direcção a projectos como o Combo para atravessar novas fronteiras no design de vestuário, relacionando-o com questões sociais, culturais e ambientais, mantendo uma abordagem ao design artística e inovadora.
Eu não perspectivo o crescimento da aforestdesign tanto como um negócio mas sim como um elemento inovador no que concerne à prática e à teoria do design de vestuário. Acredito ser esse um dos meus objectivos como designer e como professora de design de vestuário.

09/28/09

time as a whole.
This way is very stimulating for me because it makes it experimental and surprisingly in all phases.

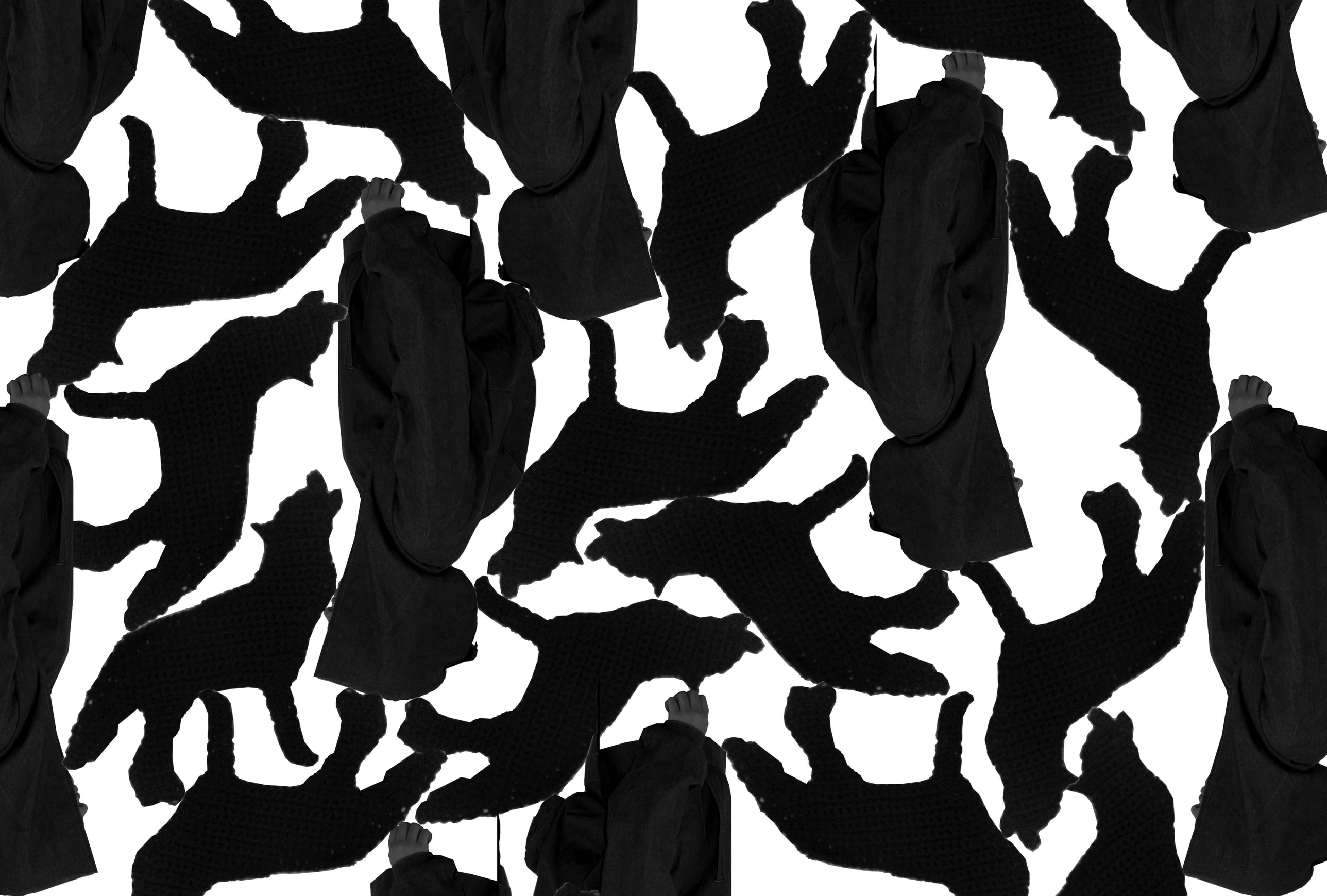
There is so much that is playful about the nature of your collections; and your audience is a younger generation. It seems like you struggle to have this generation acknowledge current issues and push for them to form opinions by making objects that are approachable- What kind of person do you think subscribes to your work? What do you want to provoke?

I don't struggle to reach any specific public or generation current issues, normally I deal with mines but yes I want provoke opinions, criticism, emotions. I take personal feedback from so many different people (age and profession wise) that its hard for me to define a kind of person but I also know that my work touches different people in different ways because it is also very varied in itself.

How do you see the evolution of Aforest-Design unfolding? From where you began has your motivation changed when looking at the goals you have now vs. when you started your career? And what is the ideal response you hope to achieve with regards to your projects to come?

I think the big challenge here its to maintain aforestdesign to its essence. To communicate ideas. At the moment I'm heading towards projects like Combo to cross new borders in clothing design relating to social, cultural, environmental issues maintaining its artistic and innovative design approach.
I don't image aforestdesign growing so much as a business as I see it developing as a mind breaker concerning clothing design practice and theory. I think that is one of my goals as a designer and clothing design teacher.

09/28/09



· LARA TORRES ·

www.laratorres.com

LUGAR PERFORMANCE 11.10.09 PELAS 15 HORAS NA 33ªEDIÇÃO DA MODALISBOA, ESTORIL *Um projecto desenvolvido em colaboração com a artista Ana Santos*

Operando na relação espaciotemporal através da evocação do passado, através da recolha de informação relacionada com estruturas tridimensionais, escultóricas que definem o espaço em redor do corpo. E tendo o vestuário como espaço limiar.

Explorando a relação dentro/fora, investigar o vestuário enquanto estrutura habitável.

O corpo que é ao mesmo tempo sujeito e habitat. Sujeito a tornar-se habitat. Podemos considerar esta acção de 'se tornar' um processo de adaptação e de assimilação que está mais relacionado com a formação do que com a forma.

Neste contexto podemos entender o design como uma interacção rizomática entre os seres humanos e o mundo em seu redor.

Lara Torres
06.06.09

••

CÍRCULO *s. m.*

1. Figura plana cuja periferia, circunferência, está toda a igual distância do seu centro.
2. Por ext. Circunferência.
3. Nome genérico dos objectos circulares, como anéis, arcos de pipa, etc.
4. Circunscrição eleitoral que nomeia um ou mais deputados.
5. Andamento em torno.
6. Fig. Extensão, área, limite.
7. Grémio, clube, associação.

In Dicionário on-line Priberam da Lingua Portuguesa

PLACE PERFORMANCE 11.10.09 AT 3PM AT THE 33RD MODALISBOA, ESTORIL *A project developed in collaboration with Ana Santos*

A project developed in collaboration with Ana Santos

Exploring spatio-temporal relationships by evoking the past using data related to three-dimensional sculptural structures that define the space around the body. Regarding clothing as a spatial limit.

Exploring the front/back relationship, investigating clothing as a habitable structure.

The body is at the same time both subject and habitat. A subject that becomes a habitat. We can consider this act of "becoming" to be an adaptive and assimilative process which is more related to education than form.

In this context design can be understood as a rhizomatic interaction between human beings and the world around them.

Lara Torres
06.06.09

••

CIRCLE *n.*

1. *Planar figure whose periphery, the circumference, is always at an equal distance from its centre.*
2. *Circumference.*
3. *Generic name for circular objects, such as rings, barrel hoops, etc.*
4. *An electoral constituency that nominates one or more parliamentary deputies.*
5. *Movement in a circle.*
6. *Fig. extent, area, limit.*
7. *Social club, club, association.*

From the Priberam Online Dictionary of the Portuguese Language

EM CÂMARA LENTA

Entrevista a Lara Torres por Cristina L. Duarte

Lara Torres nasceu em casa, no ano do *punk*: 1977. Estávamos em plena Primavera, a seis de Maio. As estações sucederam-se numa infância passada em Santa Iria de Azóia. Quando tinha 11 anos nasceu a sua irmã, o que quer dizer que Lara cresceu como filha única. A memória tem sido a matéria privilegiada de pesquisa da nossa Lara que, desde Setembro, está em Londres a fazer um Mestrado em Artefacto de Moda no *London College of Fashion* enquanto bolseira da *Fundação Calouste Gulbenkian.*

Qual pensas ser hoje o papel dos media no que se refere à moda e aos seus criadores?

O papel dos *media* tornou a profissão do *designer* de moda em algo que veio a ficar no centro das atenções e penso que nesse aspecto reposicionou o seu lugar. Hoje, o/a *designer* pode ser uma estrela. E fez também com que a atenção se deslocalizasse do trabalho para a pessoa. Nesse aspecto o papel dos *media* hoje é bastante questionável, visto que a atenção devia estar focada no trabalho. Acho que há pessoas interessantíssimas, mas se a forma de comunicação é o vestuário, da mesma forma que a forma de comunicação pode ser a dança, a pintura, ou outra, a atenção deve ser totalmente focada no trabalho em si e não na pessoa e muito menos na sua vida privada ou na sua história. Hoje tudo é veiculado pelos *media* e esta é a forma de chegar às pessoas, mas é bastante discutível a abordagem que tem sido feita e poderia ser interessante repensá-la. É bastante interessante a abordagem crítica sobre o vestuário e haver esse espaço em Portugal e no mundo, porque uma discussão crítica sobre vestuário e/ou moda é uma discussão que ainda hoje é muito pouco exercida e exercitada. Era muito saudável para o vestuário, que a discussão entre pares na moda e na produção de vestuário fosse uma realidade. Acho que acrescentaria imenso quer ao desenvolvimento criativo, quer à nossa forma de compreender e olhar o vestuário e por isso os *media* podiam ter esse papel mais crítico.

O que tens a dizer sobre a experiência da moda, como tu a praticas, criando muitas vezes uma interdisciplinaridade com outras artes?

A minha abordagem às pessoas através da moda é na tentativa de provocar algum questionamento, e por esse motivo não tem sempre como objectivo que a peça apresentada seja vestida. Há peças que eu faço que são exigentes para com a pessoa que a irá vestir; por vezes não são nos materiais mais comuns, ou segundo as formas mais atraentes, mas penso nelas como um elemento utilitário, no sentido em que são um promotor de um questionamento, ou seja a pessoa ao vestir aquela peça tem de facto de pensar sobre ela. A mim interessa-me essa consciência do vestuário, interessa-me que o acto de vestir uma peça não seja banalizado, mas seja o que remete para uma ideia, ou que faça aquela pessoa ter um momento de reflexão. O facto da peça ser frágil, ou ter alguma complexidade quando se veste são tudo questões que me interessam. Procuro que essa interrogação chegue à pessoa que a vai vestir. E é dessa forma que vejo a relação do vestuário que eu produzo e as pessoas consomem.

O que gostas mais de pensar enquanto corpo de trabalho? 'A moda é '...
...cultura do corpo,
...política do corpo,
...arte do corpo,
...ou consumo...

Arte do corpo implica política do corpo. Se tivesse de escolher, ficaria entre as duas.
Eu parto sempre do corpo como expressão, essa é sempre a minha base de trabalho. Mas depois aquilo que me preocupa é a mensagem inerente, e por isso é a política do corpo que me interessa. Porque a questão do belo não é uma questão que me interesse particularmente, não é uma preocupação máxima pensar que a pessoa que vai vestir aquela peça vai ficar ou não bonita. É muito mais prioritária a consciência política daquilo que se está a passar aos outros, e portanto é muito mais política do corpo, do que arte.

Qual é a preocupação maior de quem está a desenhar para as pessoas? Pensas em quem vai vestir?

Penso inicialmente num corpo feminino, o que foi uma decisão de trabalhar com aquilo que me é mais familiar, e exactamente por esse motivo. Mas mesmo a esse nível estou disponível para que as peças sejam vestidas por quem quer que seja. Não penso mesmo num tipo de pessoa. Estou a fazer uma pesquisa temática, de investigação. Não estou a pensar num tipo de pessoa. De que forma quero chegar às pessoas, o que lhes quero levar? Penso na responsabilidade da criação, é esse o motor da minha criatividade, é a definição de um conjunto a explorar. Se calhar há coisas que evito. Pegar em estereótipos é algo que evito brutalmente; numa ideia do que é que é feminino, ou não é. Evito pensar nisso, ir por aí. Seria um enorme entrave. Deixo de facto tudo em aberto. Não coloco entraves.

Também evitas o que é masculino?

Pois. Exacto. Isso é uma boa questão. Posso ter tendência a masculinizar um pouco a figura, o que é curioso. Porque será? Desenho para mulheres. Mas tento fugir àquela ideia muito clara do estereótipo feminino. Há uma ideia relativamente às formas femininas, e ao que deve ser enaltecido nestas formas, de que eu fujo a sete pés. Porque eu não acredito que a mulher seja esse estereótipo ou deva ser classificada dessa forma. Não acredito que uma forma de enaltecer a mulher seja colocá-la num estereótipo, numa ideia de beleza... não é bom para ninguém, não é bom por exemplo para as minorias quando são estereotipadas. Quando isso acontece é terrível, é a pior coisa que pode acontecer.

IN SLOW MOTION

Interview to Lara Torres by Cristina L. Duarte

Lara Torres was born at home during the year of punk, 1977. It was the middle of spring, 6th May. The seasons came and went during a childhood spent in Santa Iria de Azóia. When she was 11, her little sister was born, in other words she grew up as an only child and her special research material has been her own memories. Since September, she has been studying for a MA in Fashion Artefact at the London College of Fashion with the support of the Fundação Calouste Gulbenkian.

What do you think is the role of the media today with respect to fashion and its creators?

The role of the media has brought the profession of fashion designer to centre stage; I think it repositioned it in the public eye. Today, a designer can be a star. It also shifted attention from the designs to the person. In this aspect, the role of the media today is questionable, seeing as the focus should be on the work. I think there are extremely interesting people, but if the way we communicate is with clothes, in the same way that others may communicate with dance, painting and so on, then the attention should be totally focused on the work in itself and not on the person, much less on his or her private life and personal history. Today, everything is driven by the media and this is the way they reach the public, but their approach is perhaps not the best and it could be interesting to rethink it. The critical approach to clothing design is very interesting and there is room for this in Portugal and in the world, because a critical discussion of clothing and or fashion is something that is seldom heard or thought about. A discussion among equals in the world of fashion and clothing manufacture would be of great benefit to the clothing industry if it became reality. I think it would be an enormous stimulus both to creative development and also to the way in which we understand and look at clothes; so the media could take the role of critics.

What do you have to say about your experience of fashion, especially your interdisciplinary approach where you borrow from the other arts?

I try to reach people through fashion and get them to ask questions, that's why not all of the pieces are meant to be worn. There are items that make great demands of the person that wears them; sometimes they are not made of common materials, or in the most attractive shapes, but there is a utilitarian element in their design in the way that they seek to promote questions, in other words the person who wears the piece will be forced to think about it.
What interests me is this consciousness of fashion, that the act of wearing an item of clothing does not become banal, but that it transmits an idea or leads the wearer to have a moment of reflection. I am very interested in creating pieces that are fragile or that are difficult to put on. I want this questioning to be transmitted to the wearer. And this is how I see the relationship between the pieces of clothing I create and the people who wear them.

What do you like to think about your body of work?
"Fashion is '...
... the culture of the body,
... the politics of the body,
... the art of the body,
... or consumerism...

The art of the body implies the politics of the body. If I had to choose, my choice would lie somewhere between these two.
I always start from the body as a means of expression, it is always the base I work from. But then what concerns me most is the inherent message, so therefore body politics interests me most. Because I am not really bothered by the question of beauty, nor whether the person who will wear the piece will look good in it or not. The political conscience that's being passed to others is much more important, so it's far more body politics than art.

What are the greatest concerns for those who design for people? Do you think about who will wear your pieces?

First of all I think of a female body, which was a decision to work with the thing that is most familiar to me, and that's exactly why I do it. But even at this level I accept that the pieces can be worn by anybody. I don't really think of a type of person. I do thematic research, an investigation. I don't think of a type of person. How do I want to reach people, what do I want to give them? I think of the responsibility of creation, this is the driving force behind my creativity; it's the definition of a union to explore. Perhaps I avoid things. Using stereotypes is something I avoid like the plague; any idea of what is feminine or not. I don't think about it, I don't go there. It would be an enormous shackle. So I leave everything open. I don't shackle myself.

Do you also avoid the masculine?

Hmm… Exactly. That's a good question. Perhaps I do have a tendency to masculinise the figure a little, which is curious. Why should this be? I design for women. But I try to escape that very clear idea of the female stereotype. There's an idea about the female form, and what should be valued about the female form, that I run from at a sprint. Because I don't believe that women conform to this stereotype or should be classified according to it. I don't believe that the way to give women value is to make them fit a stereotype, an idea of beauty… it's not good for anyone - for example it's not good for minorities when they are stereotyped.

When you produced your performance for ModaLisboa| Estoril O/I (in March 2008) what you presenting was the act of dressing. What did you want to transmit with this piece and what is the title of the collection?

*"Mimesis". It was a project (*Mimesis I : Studies and Mimesis II*) that was a year in the making and culminated wit a presentation and exhibition in the*

Quando fizeste a performance na edição da MLX Estoril O/I 08/09 (em Março 2008), o que se estava a representar era o acto de vestir. O que quiseste transmitir com este momento e qual o título da colecção?

«Mimesis». Foi um projecto (Mimesis I : Estudos e Mimesis II) que durou um ano inteiro, culminou na apresentação e na exposição no *atelier* - com Catarina Dias, e Mário Nascimento. A ideia da *performance* surge porque eu acho que o desfile não serve o meu trabalho bem. É fugaz, demasiado rápido, o meu trabalho tem imenso a ver com detalhe e pormenor e deve ser visto de forma lenta ...

...como se fosse em câmara lenta....

Exactamente. Pensei em como haveria de mostrar estas peças, o que lhes é inerente? O serem vestidas. Portanto, problematizei a ideia da *performance* através deste pensamento, cada uma destas peças tem de ser vestida, qual é a melhor forma de o fazer? E então a partir da necessidade que cada peça levantava, parti para um desenrolar de acções que permitia que as peças fossem vestidas. Em alguns casos individualmente, outros pela sua fragilidade – como no caso do vestido com a frente em porcelana – eram vestidas com entreajuda. Cada peça deveria ser vestida de acordo com as suas particularidades, e explorei isto ao máximo. A peça de latex e porcelana que se desfazia enquanto era vestida, provocava uma espécie de desmembramento. Era uma ideia que também surgia numa saia com porcelana crua que se desfazia enquanto ela andava, havia uma mancha de pó que evidenciava o desfazer-se da peça. Interessou--me muito a relação entre as sete *performers*. Elas tinham uma experiência de trabalho com o corpo que me interessava, pois eram intérpretes ou bailarinas. Depois a relação entre as diferentes intérpretes foi trabalhada com o coreógrafo Miguel Bonneville, que de facto tem um trabalho focado na questão do género. Ele era satélite na *performance*, um elemento de auxílio, que ia entregando as peças às performers. Elas eram a força central. À partida apareciam em *lingerie*, portanto havia a questão de intimidade que era exposta, a questão de um conjunto de mulheres em roupa interior, e as acções entre elas eram fortes. Eu queria era que a *performance* fosse um todo e transmitisse um certo sentido de união entre as várias mulheres que estavam a participar. Essa consciência não é inocente.

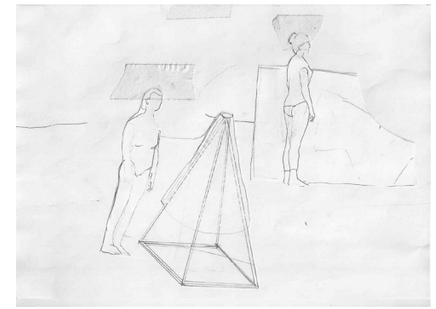
* Cristina L. Duarte é socióloga, escritora e autora de várias obras sobre moda em Portugal e do blogue «A Cidade das Mulheres» - http://acidadedasmulheres.blogspot.com.
Lisboa, 2.09.09

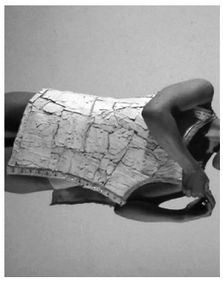
atelier – with Catarina Dias and Mário Nascimento. The idea of a performance arose because I don't think that the catwalk does anything for my work. It's fleeting, too fast and my work is all about little details and should be absorbed slowly…

... as if in slow motion ...

Exactly. I thought about how I should show these pieces, what are there inherent properties? The fact that they are worn. Therefore I addressed the question of performance from this angle, each of the pieces has to be put on, what is the best way to do it? So based on the peculiarities of each item, I developed a series of actions that allowed the pieces to be put on. In some cases the performers dressed themselves individually, in others they required help because of the fragility of the items – as was the case with the porcelain-fronted dress. Each piece should be put on according to its own idiosyncrasies, and I exploited this fully.The piece made from latex and porcelain, which fell apart while it was being put on, provoked a sense of dismemberment. It was an idea that was also expressed in a skirt made with unfired porcelain which fractured and crumbled as it moved, there was a patch of dust as evidence of this falling apart. I was very interested in the relationship between the seven performers. They were experienced in working with their bodies, they were actors or dancers. Miguel Bonneville, the choreographer, worked on the relationship between the different performers, which was focused on the question of gender. He was a satellite element in the performance, an auxiliary who brought the pieces to the women. They were the central energy. In the beginning they appeared in lingerie, therefore there was the matter of intimacy on display, the fact that there were a group of women in underwear, and their interactions were strong. What I wanted was for the performance to transmit a certain sense of union between the various women taking part. This is not an innocent conscience.

** Cristina L. Duarte is a sociologist, writer and author of many books about fashion in Portugal of the "A Cidade das Mulheres" blog - http://acidadedasmulheres.blogspot.com.*
Lisboa, 2.09.09





CICLO

por White Tent

Desde a sua criação no início de 2007, a White Tent tem desenvolvido o seu trabalho em torno da manipulação criativa de modelagem e do uso de materiais inovadores. As possibilidades atingíveis com têxteis tecnológicos, o seu comportamento e a sua relação com o corpo têm sido a sua principal inspiração. A linguagem estética da White Tent, com o seu desenvolvimento, veio a tornar-se numa exploração understated de conceitos de design.

Nesta colecção Primavera Verão 2010, a pesquisa deu-se em torno da cultura dos Pearly Kings of London, e em especial, Henry Croft, que foi, na realidade, o primeiro Pearly King. Croft conseguiu recuperar parte de uma carga de botões de madrepérola trazida por um navio japonês que naufragou no rio Tamisa. Com estes botões decorou todo o seu fato, o que o tornou numa atracção. Dada a sua popularidade, Croft começou a fazer colectas de donativos, e veio a dedicar toda a sua vida a instituições de caridade e a apoiar os pobres.

Esta história inspirou o início do desenvolvimento desta colecção. A ideia de ter peças de vestuário completamente cobertas por botões, levou a uma série de experimentações no sentido de criar botões, utilizando vários materiais, como cabedal, nylon e plástico, alterando a sua funcionalidade e escala. Esta ideia, veio de encontro a um dos principais objectivos da marca. Criar o menor desperdício possível nos seus métodos produtivos. Neste sentido, utilizando os materiais dos quais os botões foram cortados, para confeccionar outras peças de vestuário.

Através do seu percurso, a White Tent tem vindo a percepcionar o impacto que a Moda tem no meio ambiente e nas pessoas. Acredita fortemente na sua responsabilidade social, e nesse sentido, procura formas de se tornar uma marca guiada por práticas e princípios sustentáveis.

"Enquanto designers, estamos numa posição que nos permite perpetrar mudança, criando benefícios culturais, sociais e ambientais."

CYCLE

por White Tent

Since its creation in early 2007, White Tent has been engaged in manipulating pattern cutting and innovative materials. They are inspired by the possibilities that technological materials give in terms of behavior, and their relation to the body. White Tent's language has developed to become an understated exploration of design concepts.

For the Spring-Summer 2010 collection, research evolved around the Pearly Kings, especially Henry Croft who was the first Pearly King of London. Croft was one of the salvagers of a cargo of Japanese buttons from a boat that sunk in the River Thames. He decorated his entire suit with buttons, which made him a great attraction. He dedicated his life to charity work, collecting money for the poor.

This story inspired the initial development of this collection. The idea of having buttons covering the garments entirely, led to a series of experiments to create buttons, using various materials such as leather, nylon and plastic, altering their functionality and size. This idea merged with one of the brands main concerns, to create as little waste as possible on its production methods. With this in mind, the fabric left over from cutting the buttons out was used to create garments full of holes.

We have, throughout our experience, realized the impact that fashion has on the environment and people. We strongly believe in our social responsibility, and are working on ways of making White Tent a sustainable practices brand.

"As designers we are in a position that allows us to perpetrate change, creating cultural, social and environmental benefits. "

INFINITO PRIMORDIAL

por Miguel Matos

Fluidez. Leveza. Estrutura. Corte. Volume. Simplicidade. Luz. Com estas palavras falam baixinho, as peças de roupa White Tent. Sussurram na sua simplicidade meticulosa arquitectada por Pedro e Evgenia. Em tons neutros deixam o corpo falar. Com estruturas suaves mas articuladas inventam novos contornos para o suporte orgânico. São casulos experimentais, resultantes de uma pesquisa incessante. Formas, texturas e .... compõem uma orquestra em *sotto voce*. O ar infiltra-se nos cinzentos, insufla os brancos e aligeira os azuis escuros. Os brilhos saltam da superfície para logo depois se afundarem como que em espuma.

Há algo de novo e diferente no trabalho mais recente deste colectivo: O ponto de partida para White Tent nesta colecção é a construção sobre os alicerces da tradição. Uma tradição que vem do Norte como o vento frio e que passou pela água para chegar à cidade. Uma história que se esconde por debaixo destes milhentos e minúsculos círculos. É a lenda dos londrinos Pearly Kings, tradição que começou nas águas do Rio Tamisa. Nos finais do século XVIII, um carregamento japonês, vindo de um navio naufragado, deu à costa. O seu conteúdo, um sem fim de botões em madrepérola. Henry Croft foi o homem que salvou estas pequenas jóias e com elas adornou a sua roupa. O deslumbre da população levou a uma enchente de gratificações que, com o passar do tempo, se acumularam e foram partilhadas. Henry fundou assim a tradição que ainda hoje se conhece como os Pearly Kings and Queens. Figuras admiradas pela sua bondade, beneficiência e aspecto extravagante nas roupas adornadas com botões de madrepérola.

Chegamos a 2009 e pela primeira vez a White Tent conta-nos uma história. No entanto, a narrativa está fragmentada em texturas, reflexos e materiais evocativos de uma lenda. São elementos desconexos, matérias que, partindo de uma linha inicial, regem a evolução do trabalho através da própria energia que emanam. Uma evocação à sustentabilidade, valor intrínseco ao projecto White Tent. A utilização de metáforas de um material resgatado às àguas e trabalhado pelas tecnologias insere-se nas preocupações ambientais traduzidas na ambição de uma colecção totalmente constituída por materiais ecológicos. Enquanto isso não é possível, o caminho segue na direcção desse espírito. Como uma nova dinastia contemporânea, estas silhuetas exibem-se não tanto em cortes e volumes estilizados mas em padrões. Ornamentos não figurativos mas sim texturizados, serializados e postos em negativo. São milhares de pequenos círculos, formas redondas e primordiais. Símbolos de totalidade, completude e perfeição já presentes em colecções anteriores e que anunciam criar um *leitmotif* White Tent.

PRIMORDIAL INFINITE

by Miguel Matos

Fluidity. Lightness. Structure. Cut. Volume. Simplicity. Light. White Tent clothes murmur these words softly. They whisper in the meticulous simplicity created by Pedro and Evgenia. They let the body speak in neutral colours. They invent new contours of organic support with soft but articulated structures. They are experimental cocoons, results of incessant research. Forms, textures and shadows compose an orchestra in sotto voce. The air infiltrates the greys, inflates the whites and lightens the dark blues. The highlights jump from surfaces to lose themselves immediately as if in foam.

There's something new and different in the most recent work form this collective: White Tent's starting point for this collection is built from traditional foundations; a tradition that comes from the north like the cold wind that blows over the water to reach the city, a history that hides itself beneath countless tiny circles. It is the legend of the Pearly Kings of London, a story that began in the waters of the Thames. Towards the end of the 18th Century the cargo of a Japanese shipwreck washed ashore. Within the crates was an endless supply of mother-of-pearl buttons. These little jewels were salvaged by a man called Henry Croft, who used them to adorn his clothes. The amazed locals showered him with gifts, which he kept and later, as time went by, distributed to others. Henry was the very first of what are still known today as the Pearly Kings and Queens; people known for their kindness and generosity and for their extravagant clothes adorned with mother-of--pearl buttons.

It is 2009, and for the first time White Tent is telling us a story. However, the narrative is fragmented into textures, reflections and materials that recall a legend. They are disconnected elements; materials that, starting from an initial form, rule the way the work evolves by the very energy they emit. It is an evocation of sustainability, an intrinsic value to the White Tent project. The use of the metaphors of a material rescued from the water and worked by technology sits well with the environmental concerns evident in a collection created entirely from ecological materials. While this is not possible, the path forward leads in this direction. Like a new contemporary dynasty, these silhouettes show themselves not so much in the stylised cuts and volumes, but in the patterns. They are not figurative ornaments but they are texturized, serialized and made negative. They are thousands of tiny circles, round, primordial forms; symbols of totality, completion and perfection that have already made their mark in previous collections and seem to be becoming a White Tent leitmotif.

· VITOR ·

www.vitor.com.pt

VITOR A MARCA

por Vitor Bastos

Vítor Bastos, nascido em São Paulo a 19-01-1986, chega a Portugal em 2004 e instala-se no Porto, onde frequentou o curso de Design de Moda no CITEX (Centro de Formação da Indústria Têxtil).

No segundo ano do curso concorreu ao concurso Jovens Criadores realizado em Lisboa (Mais tarde, em 2009, é convidado para representar Portugal na bienal de jovens criadores a acontecer em Skopje, Macedonia). Ainda no segundo ano do curso fundou a marca OFILHOBASTARDO e ganhou os prémios de melhor colecção e melhor coordenado masculino no concurso Acrobactic.

Em 2008 participou no projecto Workstation da ModaLisboa, com o projecto White Trash, constituído pela apresentação da colecção através de diversos pocket shows em parceria com a editora Lovers and Lollypops.

A nova marca - VITOR - é uma soma do percurso do designer e tem em perspectiva renovar a questão comercial, todas as peças são unissexo, trabalhadas de forma simples e ao mesmo tempo inovadoras.

VITOR THE BRAND

by Vitor Bastos

Vítor Bastos was born in São Paulo on 19-01-1986, came to Portugal in 2004 and settled in Porto where he attended a course in Fashion Design at CITEX ("Textile Industry Training Centre").

In the second year of his course he entered the Young Designers competition held in Lisbon (later, in 2009, he was asked to represent Portugal in the biennial young designers event in Skopje, Macedonia). While still in the second year of his course he launched the OFILHOBASTARDO brand and won prizes for best collection and best male outfit in the Acrobatic competition.

In 2008 he took part in the Workstation project at ModaLisboa, together with the White Trash project, which involved the presentation of his collection in a number of small presentations in partnership with the music label Lovers and Lollypops.

The new VITOR brand reflects the sum of experience of the designer and seeks to re-examine commercial norms; all the items are unisex, with simple structures yet at the same time innovative.

WATCH THE GREEK COLECÇÃO

por Vitor Bastos

A primeira colecção, de nome Watch The Greek é inspirada nos acontecimentos de Dezembro passado na Grécia. As peças flutuam entre influências conceptuais e formalistas, simbolismos de revolução, o vestuário da Grécia antiga e Cocktail Molotovs. Será apresentada no âmbito da próxima edição da ModaLisboa a 10 de Outubro, às 15:00.

• •

CONCEITO

"NOITE DE SÁBADO
Um adolescente foi morto a tiro pela polícia em Exarchia, um distrito do centro de Atenas há muito associado à falta de lei e ao uso de drogas. Dois oficiais da policia foram acusados - um por homicídio, outro como cúmplice (...)

DOMINGO
Protestantes a cantar 'polícias, porcos, assassinos' arremessam bombas de petróleo à policia de intervenção ateniense. Helicópteros sobrevoam os manifestantes e nuvens de gás lacrimogéneo irrompem nas ruas. Os oficiais reportam 30 pessoas feridas, incluindo policiais, bombeiros e transeuntes. (...)

SEGUNDA-FEIRA
O partido comunista grego anuncia um comício no centro de Atenas esta noite e a oposição socialista de Pasok chama por uma pacifica manifestação em massa. Professores universitários anunciam um boicote de três dias e muitos estudantes estão fora das aulas em protesto. (...)

Carros e pedestres retornam às ruas de Atenas e os gregos voltam ao trabalho mas com uma greve geral de 24 horas, marcada para quarta-feira, contra as reformulação das pensões e as políticas económicas governamentais. Muitos gregos temem que as demonstrações possam durar dias."

Mark Tran
guardian.co.uk, Segunda-feira 8 de Dezembro de 2008 10.47 GMT

WATCH THE GREEK COLECTION

by Vitor Bastos

WATCH THE GREEK is the first collection, and gets its inspiration from last December's events in Greece. The items float between conceptual and formalist influences, between symbols of the revolution, the peplos of Ancient Greece clothing and Molotov Cocktails. It will be presented as part of the next ModaLisboa fashion show on 10th October at 3pm.

• •

CONCEPT

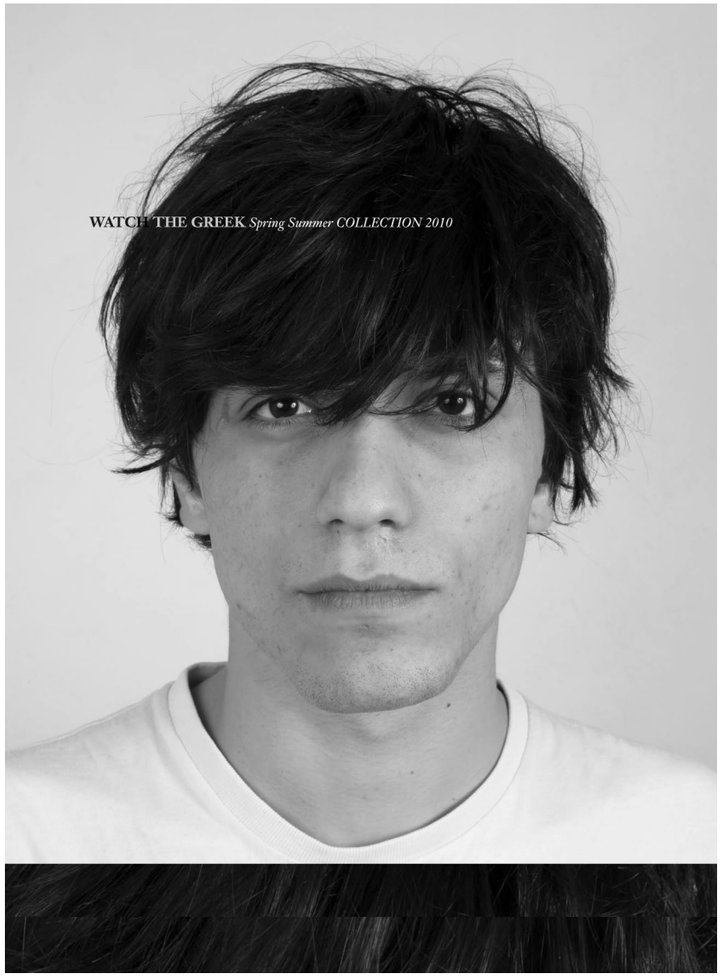
"SATURDAY NIGHT
A teenage boy is shot dead by police in Exarchia, a district of central Athens long associated with lawlessness and drug abuse. Two police officers have been charged - one with murder and the other as an accomplice. (...)

SUNDAY
Protesters chanting "cops, pigs, murderers" hurl petrol bombs at Athens riot police. Helicopters hover over the demonstrators and clouds of teargas erupt in the streets. Officials report 30 people injured, including police, firefighters and bystanders. Looting is rife. (...)

MONDAY
The Greek Communist party announces a mass rally in central Athens for tonight and the socialist Pasok opposition calls for peaceful mass demonstrations. University professors start a three-day walkout and many school students stay away from class in protest. (...)

Cars and pedestrians return to the streets of Athens as Greeks go back to work, but with a 24-hour general strike scheduled for Wednesday against pension reforms and the government's economic policies, many Greeks fear the demonstrations could last for days."

Mark Tran
Guardian.co.uk/Monday, 8th December, 10.47 GMT



V!TOR

(p. 11)
Colecção AFORESTDESIGN.
Top em crochet CONCENTRIC FOREST.

(p. 12-13)
Colecção AFORESTDESIGN

(p. 19)
Estudos, grafite e colagem sobre papel, Lisboa 2009

Vista do atelier, work in progress, Lisboa 2009, LUGAR|PLACE
foto © Ana Santos

Estudos para CÍRCULO, *Lisboa 2009, work in progress* LUGAR|PLACE.
foto© Lara torres

(p. 20)
TANK-SHIRT DE PORCELANA, *Lisboa 2008, projecto Mimesis|Fac Simile realizado com o apoio da DGArtes Ministério da Cultura e da Associação ModaLisboa*
foto © Rogério Martins

Film still, FRAGMENT *2min. 27sec., 2008 DVD Berlin*

BECOMING *Objectos para posicionamento de braços e pescoço – memória de posição*
foto © Rita Afonso

(p. 21)
PERFORMANCE MIMESISII *em colaboração comMiguel Bonneville na 30ªEdição da Modalisboa, Estoril*
foto © Rogério Martins

(p. 25-29)
Colecção WHITE TENT
Make up: Carolina Archer
Modelo: Nadine
Agência: Central Models
foto © Catarina Viana

(p. 33)
WATCH THE GREEK, *flyer da colecção*
Flyer e logo: Design Joana Machado
foto © Heinz Peter Knes

(p. 35-37)
MOLOTOVS
foto © Pedro Sequeira

(p. 11)
AFORESTDESIGN *collection.*
Crochet top, CONCENTRIC FOREST.

(p. 12-13)
AFORESTDESIGN *collection*

(p. 19)
Studies, graphite and collage on paper, Lisbon 2009

Studio view, work in progress, Lisbon 2009, LUGAR|PLACE
photo © Ana Santos

Studies CÍRCULO, *Lisbon 2009, work in progress* LUGAR|PLACE.
foto© Lara torres

(p. 20)
PORCELAIN TANK-SHIRT, *project Mimesis|Fac Simile, Lisbon 2008, produced with the support of DGArtes, Ministry of Culture and the ModaLisboa association.*
foto © Rogério Martins

Film still, FRAGMENT *2min. 27sec., 2008 DVD Berlin*

BECOMING *Objects for positioning the arms and neck – position memory.*
foto © Rita Afonso

(p. 21)
PERFORMANCE MIMESISII *in collaboration with Miguel Bonneville at the 30th Edition of Modalisboa, Estoril*
photo © Rogério Martins

(p. 25-29)
Colection WHITE TENT
Make up: Carolina Archer
Model: Nadine
Agency: Central Models
foto © Catarina Viana

(p. 33)
WATCH THE GREEK, *collection flyer*
Flyer and logo: Joana Machado
photo © Heinz Peter Knes

(p. 35-37)
MOLOTOVS
photo © Pedro Sequeira

PARA / TO :

AGRADECIMENTOS

Alexandra Macedo, Aline Loureiro, Ana Santos, Ana Trincão, Antonio Bastos, António Bolota, Carlos Noronha Feio, Carolina Archer, Catarina Dias, Catarina Viana, Central Models, CFV, Cristiana Lamúrias, Daniel Barroca, Daniela Duarte, Danielle Melisse Butcher, Deolinda Peralta, Eduarda Abbondanza, Ême, Fátima Barros, Fundação Calouste Gulbenkian, Heinz Peter Knes, Helena Mendonça, Helena Vilaça, Joana Ana, Joana Machado, Joana Rebelo, Kristina Puljan, Lara Pires, Liliana Perna Santos, Malcolm Sewell, Manuela Oliveira, Maria Manuel Antunes, Marta Rema, Margarida Tabuada, Miguel de Matos, Nadine, Nelson Vieira, Nuno Sousa, Pedro Sequeira, Raquel Pinto, Reto Crameri, Rita Gonçalves (da Adidas), Rogério Martins, Sandra Catarino, Swailla, Thomas Mendonça, Tricotadeiras de Oeiras e a toda a equipa da Associação Modalisboa.

FICHA TÉCNICA / COLOPHON

TEXTOS / TEXTS
aforestdesign
Cristina L. Duarte
Danielle Melisse Butcher
Eduarda Abbondanza
Lara Torres
Miguel Matos
Vitor Bastos
White Tent

TRADUÇÃO / TRANSLATION
Malcom Sewell

CONCEPÇÃO GRÁFICA / DESIGN
Raquel Pinto

IMPRESSÃO E ACABAMENTO / PRINTING AND BINDING
SerisExpresso

PAPEL / PAPER
Munken Print Cream, 80g

TIRAGEM / PRINT RUN
400