

MEMÓRIA AFETIVA

ROUPAS QUE CONTAM HISTÓRIAS



Centro de Tecnologia da Indústria Química e Têxtil

Faculdade SENAI/CETIQT

Curso de Bacharelado em Design

Isabelle Corrêa de Oliveira

Memória Afetiva: Roupas que Contam Histórias

Rio de Janeiro

2022

Centro de Tecnologia da Indústria Química e Têxtil

Faculdade SENAI/CETIQT

Curso de Bacharelado em Design

Isabelle Corrêa de Oliveira

Memória Afetiva: Roupas que Contam Histórias

Trabalho de Conclusão de Curso a ser submetido à Comissão Examinadora do Curso de Bacharelado em Design, da Faculdade SENAI-CETIQT, como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de Bacharel em Design.

Prof.^a Amanda Vasconcelos

Rio de Janeiro

2022

Ficha catalográfica

Oliveira, Isabelle Corrêa de
Memória Afetiva: Roupas que Contam Histórias / Isabelle Corrêa de
Oliveira. – Rio de Janeiro, 2022.
47 p.

Trabalho de Conclusão de Curso a ser submetido à Comissão Examinadora do
Curso de Bacharelado em Design, da Faculdade SENAI- CETIQT, como parte dos
requisitos necessários à obtenção do grau de Bacharel em Design.

1.Design de Moda. 2. Memória Afetiva. 3. Roupas. 4. Memória. 5. Design
Emocional. I. Título.

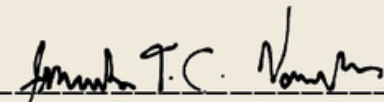
Isabelle Corrêa de Oliveira

Memória Afetiva: Roupas que contam histórias

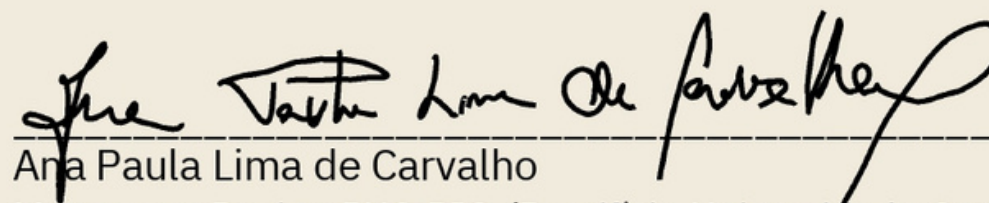
Trabalho de Conclusão de Curso a ser submetido à Comissão Examinadora do Curso de Bacharelado em Design, da Faculdade SENAI CETIQT, como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de Bacharel em Design.

Data de Aprovação: 28/06/2022.

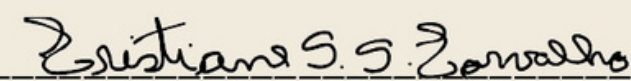
Banca Examinadora:



Amanda Fernandes Cardoso Vasconcelos
Especialista em Design de Estamparia,
Docente da Faculdade SENAI CETIQT



Ana Paula Lima de Carvalho
Mestre em Design PUC RIO (Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro),
Docente da Faculdade SENAI CETIQT



Cristiane de Souza dos Santos de Carvalho
Mestre em Ciências Cardiovasculares, UFF (Universidade Federal Fluminense),
Docente da Faculdade SENAI CETIQT

Ana Claudia Lourenço Ferreira Lopes
Coordenador do Bacharelado em Design

Dedicatória

Dedico esse trabalho em primeiro lugar à minha família (pais, avós e irmãos) e ao meu namorado, muito obrigada por tudo. Sem vocês não teria conseguido concluir essa difícil tarefa.

Agradecimento

Agradeço a Deus primeiramente, porque sem ele nada disso seria possível. Gratidão aos meus pais por todo esforço investido na minha educação e todo apoio emocional. Aos meus irmãos por estarem sempre ao meu lado e aos meus avós por todo o apoio e ajuda durante esse processo, que me incentivaram nos momentos difíceis e não deixou, em momento nenhum, eu desistir, sempre estava ao meu lado dando todo o suporte necessário que muito contribuíram para o meu crescimento e realização deste trabalho.

As minhas colegas de curso, com quem tive o prazer de conviver durante toda a minha trajetória, pelo companheirismo e pelas trocas que me permitiram compartilhar bons momentos, vocês foram primordiais para que eu chegasse até aqui. E, obviamente quero deixar um carinhoso agradecimento a minha professora-orientadora Amanda Vasconcelos.

A todos que contribuíram de alguma forma, para realização deste trabalho, as pessoas com quem convivi e me incentivaram certamente tiveram impacto na minha formação acadêmica.

Epígrafe

“Tudo que a memória amou
já ficou eterno.”

(Adélia Prado)

Resumo

O presente trabalho apresenta como foco principal o tema “memória afetiva e as roupas”, explorando a construção desse vínculo afetivo. É um pequeno recorte da pesquisa principal “Memória Afetiva: roupas que contam histórias” - trabalho de conclusão de curso. Deste modo, as roupas são muito mais que apenas tecidos descartáveis ou mercadorias. Inicialmente, para a construção deste trabalho foi realizado um levantamento de informações por meio de pesquisa bibliográfica sobre o assunto roupas, memória afetiva e design emocional. Foi realizada uma pesquisa qualitativa com um grupo de amostragem, mediante entrevistas na busca de compreender a experiências de cada pessoa e os significados que atribuem para essas experiências. Como resultado da pesquisa foi possível concluir que existem valores emocionais em torno da roupa. Chegou-se a esta conclusão ao relacionar as respostas obtidas durante as entrevistas, tendo sido possível perceber de que maneira ocorrem essas ligações com as peças, e de que forma estas se tornam significativas para os indivíduos que a carregam.

Palavras-chave: Design de Moda. Memória Afetiva. Roupas. Memória. Design Emocional.

Abstract

The following work presents “Affective memory and clothes” as the main theme, focusing on the construction of this affective bond. It is a small sample of the main research: “Affective Memory: Clothes that tells stories” - the final course work. This thesis argues that clothes are much more than just disposable fabrics or merchandise. To test it out, we started by setting up a survey, which was carried out through bibliographic research on the subjects - clothings, affective memory & emotional design. We immediately identified the need to carry out a qualitative research with a sample group, through interviews, striving to understand each person’s individual experiences and their assigned meanings. The research lead us to the conclusion that there are, indeed, strong emotional values present in clothing. We arrived upon this conclusion by relating the obtained answers during our inquire, which led us to understand how these bonds originally occurred and how they eventually acquired a specific meaning for each of the individuals.

Key-words: *Fashion Design. Affective Memory. Clothes. Memory. Emotional Design.*



Sumário

Introdução.....12

1. Design Emocional.....14

1.1 A Relação entre Pessoas e Objetos.....17

1.2 O Design Emocional na Moda.....18

2. A Memória Afetiva das Roupas.....19

2.1 Roupas que Contam Histórias.....21

2.2 O Consumo Consciente e a Memória Afetiva.....23

3. Pesquisa sobre Roupas e Memória.....27

3.1 Procedimentos de Pesquisa.....28

3.2 Entrevistas.....29

3.3 Análises dos Resultados..... 33

4. Caderno de Memórias.....34

5. Considerações finais.....42

Referências.....44

Apêndice.....46

INTRODUÇÃO

Introdução

Com o passar dos anos nós guardamos ou herdamos aquela peça de roupa da qual gostamos muito e que nos fazem remeter a pessoas, lugares ou sensações, elas carregam as memórias do seu usuário. Este estudo pretende abordar o tema “Memória Afetiva: Roupas que contam histórias,” roupas que possuem o poder de contar histórias, elas marcam décadas, pessoas e memórias. São capazes de guardar lembranças e sensações, boas ou ruins. Neste sentido, o presente trabalho tem como objetivo compreender como as roupas despertam memórias afetivas nas pessoas seja através do design emocional ou da história por trás de uma peça de vestuário. Para isso, foram realizadas pesquisas bibliográficas, exploratórias e uma pesquisa de caráter qualitativo, por meio de entrevistas com um grupo de amostragem. Como resultado, é apresentado no final dessa pesquisa, um caderno de memórias contando a história das roupas e das pessoas que fizeram parte das entrevistas.

Ao longo desse processo para escolher o tema no pré-projeto, fiquei muito pensativa pois gostaria de abordar um tema que tivesse algo parecido comigo e logo pensei no apego que temos com os objetos, já que possuo muitas coisas da qual sou apegada. Surgindo o interesse de ir mais fundo sobre como adquirimos esse apego e damos simbolismo a esses artefatos. Minhas motivações para o desenvolvimento desse trabalho surgiu de um interesse pessoal, depois do falecimento da minha avó paterna. Na hora de doar os seus pertences ficamos com algumas coisas, meu pai guardou os óculos que ela costumava usar e eu fiquei com algumas roupas e objetos de costura que ela possuía como a máquina de costura, alguns livros, tesoura de corte e régua de modelagem. Como futura design de moda, a importância desta pesquisa para a minha formação é que no futuro devemos desenvolver produtos com significados, fazendo com que o usuário crie uma interação com o produto focando no conceito da proposta.

Para realização desse projeto, entendo que as roupas não fazem parte apenas do nosso vestuário, elas podem construir emoções, lembranças e memórias. Esse projeto busca compreender como atribuímos significados às roupas, como elas são geradoras de memórias afetivas e como escolhemos essas roupas para guardar com afeto. Com isso, podemos repensar que as roupas compradas em bazar e brechós podem também ganhar força. As roupas passam a contar histórias, ter significados e ser valorizadas pelas suas características únicas.

O embasamento teórico desta pesquisa foi realizado através de levantamentos bibliográficos em artigos, livros e monografias, que ajudaram no entendimento e compreensão das roupas como traços importantes da construção da nossa memória e como o design emocional está estritamente ligado ao sentido e as características que agregam ao produto de forma inconsciente. Para um melhor entendimento sobre o vínculo afetivo entre os usuários e as roupas, foram realizadas entrevistas com um grupo de amostragem com a coleta de dados qualitativos. No final do projeto, é apresentado o caderno de memórias contando a história de cada entrevistado com a sua peça de roupa, mostrando como as roupas ganham esse caráter emocional, materializando sentimentos.

DESIGN EMOCIONAL

1.Design Emocional

Neste capítulo iremos abordar o “Design Emocional” e os três níveis emocionais: Visceral, Comportamental e Reflexivo, sendo para a minha pesquisa um tema muito importante por que conseguimos analisar como atribuímos valor aos objetos inconscientemente. Dividido entre design emocional sendo o capítulo principal e os subcapítulos, a relação entre pessoas e objetos e Design Emocional na Moda. Utilizando como fonte de pesquisa o livro de Donald Norman - Design Emocional. Por que adoramos (ou detestamos) os objetos do dia-a-dia.

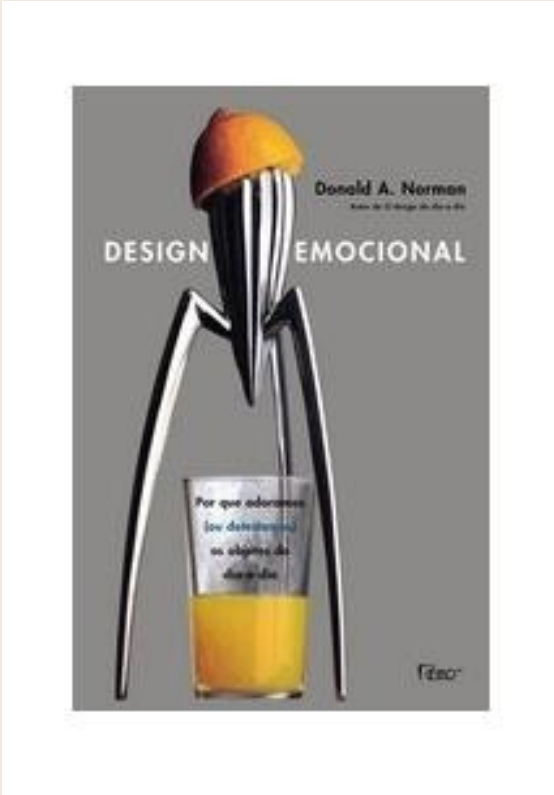
Com a grande aceleração do mercado devido as grandes lojas de departamento conhecidas como *fast fashions* - famosa pela moda rápida - com renovação constante das roupas e peças com ciclo de vida curto tivemos constantes mudanças em relação ao comportamento dos consumidores em relação a moda. Se tornando uma maneira de suprir desejos e satisfazer necessidades momentâneas, materiais ou psicológicas. O consumo acabou se tornando para algumas pessoas exagerado, o que acontece é o chamado consumismo - conhecido como uma ação de compra excessiva e sem necessidade. Motivada pelo impulso e desejo de compra. Segundo (BAUMAN, 2011, p. 165) “os produtos surgem, e só então se buscam aplicações para eles; muitos viajam para o depósito de lixo sem encontrar qualquer utilidade,” ligado a isso atualmente encontramos o consumo de produtos que não possuem significados, são baseados em tendências efêmeras, momentâneas e passageiras com isso a necessidade do design emocional nas lojas criando uma conexão do objeto com o público trazendo uma busca por uma moda com propósito nos dias atuais.

Desse modo, o design é um processo que compreende a criação de produtos, sejam eles, funcionais, estéticos ou simbólicos, com o objetivo de solucionar problemas agregando valor. O design deve levar aos seus consumidores algo belo e bem-feito, oferecendo as melhores experiências para os seus usuários.

As relações dos usuários com seus objetos vão além das funções básicas do produto, compreendendo todo o campo de experiências e emoções. Logo, verificamos que as emoções estão presentes nos nossos objetos do nosso cotidiano, que fazem parte das funções dos produtos e que estão intrínsecas nos elementos de configuração desses artefatos (CAVALCANTI e SILVA, 2016, p.6).

Donald Norman nasceu em 1935, se formou em ciências da computação e engenharia elétrica pelo MIT (Massachusetts Institute of Technology), atualmente leciona ciência cognitiva na Universidade da Califórnia, em San Diego, e em ciências da computação na Northwestern University. Seu livro Design Emocional Por que adoramos (ou detestamos) os objetos do dia-a-dia, o autor aborda os três tipos de design - o visceral, o comportamental e o reflexivo - definindo o que é design emocional nome que intitula o livro, utilizando de exemplos que usamos no dia-a-dia explorando a dificuldade que aflige todos nós - os objetos bonitos realmente possuem uma funcionalidade melhor do que os feios. Em meados de 1990 criou o conceito com Andrew Ortony e William Revelle, visando estudar e compreender as emoções e experiências humanas. Essa área do design é fundamental, pois leva em conta a importância desses projetos, não levando em consideração somente a sua função, mas o lado emocional do produto e o efeito que ele pode causar em cada consumidor.

Figura 1: Livro de Donald Norman



Fonte: Livraria Travessa (2022)

Entre os diferentes campos de estudo do design, o design emocional refere-se à relação afetiva que é desenvolvida entre o usuário e o produto, onde o mais importante é o significado que o objeto pode trazer para sua vida. Assim, para Norman (2008) um produto bem executado precisa carregar marcas emocionais, cores e estética, usabilidade e compreensão, assim como a familiaridade podem fazer um produto se tornar atraente para um usuário.

A dificuldade do design está ligada em construir um laço afetivo entre o usuário e o produto, transformando-o em atraente e eficaz, segundo Norman (2008). Com isso, se torna fundamental para o trabalho do designer uma compreensão maior sobre as pessoas, suas características e deficiências, para que se baseiem em criar produtos que realmente atendam os interesses e necessidades dos consumidores. Quando ocorre o envolvimento do consumidor com o produto, acontece a relação entre o design e as emoções, é onde o indivíduo atribui seus sentimentos aos objetos, através de boas experiências de utilização (NORMAN, 2008).

Norman (2008) destaca os três níveis do processamento do design, da seguinte forma:

Tabela 1: Níveis de processamento do design

Nível Visceral	Aparência (primeiro impacto); Julgamento rápido. Bom ou ruim.
Nível Comportamental	Uso em si (experiência com os produtos); Aspectos da funcionalidade e usabilidade.
Nível Reflexivo	Memória afetiva (significados atribuídos); Satisfação pessoal.

Fonte: Adaptado de Norman (2008)

Norman elaborou três níveis do processamento cerebral o qual ele vincula ao design, são eles o visceral, o comportamental e o reflexivo. O visceral está relacionado à aparência do produto, se refere a primeira impressão, segundo Norman (2008, p. 89) “no nível visceral, aspectos físicos - aparência, toque e som – dominam.” No segundo nível, o comportamental está relacionado à nossa satisfação, ao prazer quando utilizamos o produto e na efetividade. Segundo Norman (2008, p. 91), “no nível comportamental, o que domina é a função que o objeto realiza e como o desempenha.” O último nível do design emocional, chamado de reflexivo, é o mais complexo está relacionado à satisfação e ao valor agregado ligado com os significados dos objetos. Segundo Norman (2008, p. 107),“ o design reflexivo cobre um território muito vasto. Tudo nele diz respeito à mensagem, tudo

diz respeito à cultura, tudo diz respeito ao significado de um produto e seu uso." Por fim, sobre o nível reflexivo, Norman (2008, p. 111) afirma que “as operações de nível reflexivo constantemente determinam a impressão global que uma pessoa tem de um produto.” Norman (2012, p. 45) afirma ainda que:

Os três níveis interagem entre si, cada um modulando o outro” e, assim, “o resultado é que tudo o que fazemos tem, ao mesmo tempo, um componente cognitivo é um componente afetivo – cognitivo para atribuir significado, afetivo para atribuir valor. (NORMAN, 2012, p. 45)

Desta maneira, percebemos que o Design Emocional está ligado às etapas de consumo, o que por consequência resulta no Consumo Emocional, contribuindo significativamente para o sucesso dos produtos, adicionando valores voltados para o bem-estar físico e emocional dos indivíduos.

1.1A relação entre pessoas e objetos

É muito comum o apego que nós temos com alguns objetos, sendo assim de maior importância para esse estudo o afeto que possuímos com as roupas. As peças de roupas despertam nos usuários um sentimento muito forte e as razões que levam a isso geram grandes possibilidades. Benarush (2012 p. 116) relata que as roupas exibem muito mais do que somente formas, volumes, cores e texturas; “nas roupas é possível também “ver” o envolvimento emocional, corporal e sensorial das pessoas que as usaram.”

As peças de roupas que possuímos e deixamos guardadas dizem muito a respeito de quem somos fazendo parte da nossa história na materialização do tempo, sendo assim, trazendo uma relação emocional forte, tornando uma memória que permanece intacta. Podemos classificar essa relação das pessoas com objeto como memória afetiva, o que é muito comum.

Um objeto “querido” pode estar envolto num universo de associações, e uma delas é a capacidade de permear a nossa memória. Esse comportamento só pode ser executado por nós. Os produtos podem estar dotados de atributos que facilitem essa experiência, seja por seu aspecto, ou usabilidade, seja por marcar a imagem de uma pessoa ou fazer reviver momentos (ARAUJO, 2013, p. 35-36)

Esses objetos que possuem afeição fazem parte de memórias e lembranças de momentos marcantes ou recordações de pessoas especiais carregando a memória afetiva e significados simbólicos. De acordo com Niemeyer (2008, p. 52), por meio das qualidades simbólicas o ser humano carrega sua orientação frente ao mundo, “esta orientação é fundamental para que ele se conheça, se reconheça se sinta parte, enfim, integre-se.”

Com isso o sentir a moda e a constante busca dos valores perdidos, que andavam inexistentes na sociedade, podem encontrar na individualidade como é importante resgatar as relações emocionais que possuímos com as peças de roupas que marcaram momentos importantes e que estas são vestígios de memórias, passando a ser mais valorizadas. Ainda, podemos constatar que essas roupas podem passar por uma resignificação, podendo se tornar peças usáveis novamente sem que perca seu sentido original e suas lembranças, ficando evidente que as pessoas possuem relações de emoção com esses objetos.

Assim podemos dizer que não só o consumo, mas a moda em si através de movimentos como *slow fashion*, na busca por uma moda ética e com propósito atualmente está em reestruturação, por meio do sentir a moda os nossos sentimentos abraçam as nossas relações e com os significados que as roupas possuem é possível retomar o valor de uma peça. O consumo não existe apenas para preencher as nossas necessidades existentes, mas é responsável por definir as nossas escolhas, afirma Svendsen (2010). Sendo assim faz com que o valor utilitário do produto seja modificado contribuindo para que a relação do usuário com o objeto tenha menos a ver com a sua utilidade.

Diante disso, esses valores estão cada vez mais distantes em nossa sociedade, essa emoção e significação admirável que os objetos possuem diante de pessoas se tornaram vazias e raras e em alguns casos, ausentes. E quem sabe aí encontramos a resignificação da moda, a procura pela essência e o sentimento de “ser”.

1.2 Design Emocional na Moda

O design emocional é voltado para os objetos que emocionam, despertando o desejo e o bem-estar do consumidor. Ligado a moda busca uma reflexão através do vestuário e um dos principais motivos para alguém adquirir um objeto é o desejo. Criar uma ligação emocional com o objeto estabelece conexões com o público fazendo com que engajem na mensagem que pretende transmitir, aumentando as chances de os consumidores prestarem mais atenção em sua marca.

Um exemplo de estilistas que procuram desenvolver roupas com significado, entre eles está o Ronaldo Fraga conhecido como um dos maiores nomes da moda brasileira. Nascido em Belo Horizonte, Minas Gerais. Passou a fazer parte do grupo de marcas que desfilam na São Paulo *Fashion Week*, além de possuir sua própria marca desenvolvendo projetos para geração de emprego e renda baseado na reafirmação cultural junto a cooperativas e comunidades ligadas à indústria de confecção. Em seus desfiles propõe um diálogo da nossa cultura popular com o mundo contemporâneo, O universo da obra de Carlos Drummond de Andrade já foi um dos temas abordados por ele em suas coleções que manifestam temas políticos e culturais. Para Fraga suas coleções são como obras de artes, dentro daquele pouco tempo de desfile procura proporcionar uma imersão para o seu público. Os leva para a história que está sendo apresentada através das roupas, é preciso que elas falem.

Ronaldo Fraga, em 2013 produziu e criou um livro chamado Caderno de roupas, memórias e croquis nele expõem suas inspirações que foram temas de suas coleções que vão de 1996 a 2012. Suas coleções começam com um pequeno texto, apresentando seus projetos e as referências que encontrou inspiração como em biografias, literatura e em suas próprias memórias. As páginas exprimem traços muito próprios de Fraga que forma um grande caderno de colagens onde faz esse contraponto e entrelaçamento entre moda e arte. Para ele, a roupa também pode comunicar, levantar questões e emocionar.

Figura 2: Livro de roupas, memórias e croquis

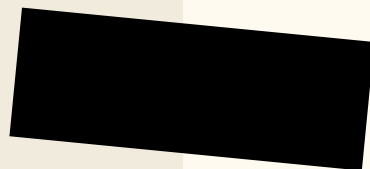


Fonte: *Fashion Bubbles* (2013)

Conhecido por retratar temas pulsantes ao longo de sua trajetória, vem se destacando como um dos poucos estilistas que produzem e defendem roupas que possuem significados, trazendo a simplicidade como uma ferramenta de criação. Em uma entrevista para o Globo Horizonte, Ronaldo Fraga diz que, “O luxo da simplicidade é aquilo que fala, em um mundo cheio de coisas desmemoriadas, aquilo que renda uma história, é preciso que as coisas digam algo, como veio e como foi feito é fascinante.”

Ligado a isso temos o estilo *vintage* que busca trazer uma referência ao passado, o retrô busca produzir peças atuais com um design antigo. Trazendo referências do passado, roupas neste estilo são encontradas em brechós ou herdadas de pai para filho. Essas tendências nostálgicas estão em alta, como uma forma de resgatar as memórias e os significados de épocas que já passaram, despertando em seus consumidores uma conexão com o tempo que viveram ou um estilo que marcou.

A MEMÓRIA AFETIVA DAS ROUPAS



2.A Memória Afetiva das Roupas

Iremos abordar o tema “Memória Afetiva das Roupas” apresentando como as roupas que guardamos possuem valor emocional sejam elas herdadas ou adquiridas com o tempo. Sendo o tema principal desta pesquisa, pois apresenta os diversos tipos de memória através das roupas e como a eternizamos. Dividido entre os temas “Memória Afetiva das Roupas” o capítulo principal e os subcapítulos “Roupas que Contam Histórias” e “O Consumo Consciente e a Moda Afetiva.” Foi utilizado como fonte principal de pesquisa a designer e historiadora de moda Michelle Kauffmann, a série documental “Histórias para Vestir” e o projeto Trama Afetiva da Fundação Hermann Hering.

Durante a nossa vida nós acumulamos muitas roupas, e isso é normal. As roupas que usamos e guardamos tem uma memória afetiva, de como isso nos remete há vários momentos que vivemos alguns bons e outros nem tanto. Como afirma Svendsen (2010), as roupas também podem construir quem somos. A nossa identidade, história e relação. As nossas vestimentas destacam como os sentimentos estão ligados às roupas desde o nosso nascimento e permanecem mesmo após a nossa morte.

2.1 Roupas que Contam Histórias

É comum em algumas famílias as roupas serem herdadas ou doadas. Com o tempo adquirimos determinadas emoções sobre elas, é constante o afeto que temos por algumas peças de roupa, e isso só é possível por conta das memórias que surgem nos momentos de reflexão sobre ela. Assim como a ideia de que com o passar dos anos estamos guardando a roupa e preservando a história e a memória da família, ou de alguém muito especial, eternizando a lembrança familiar. Ao vestirmos e até mesmo quando preservamos o passado de tal peça estamos fazendo parte da identidade daquela pessoa que já usou, dos seus traços e suas maneiras.

Se a memória é “geradora” de identidades, no sentido que participa de sua construção, essa identidade, por outro lado, molda predisposições que vão levar os indivíduos a “incorporar” certos aspectos particulares do passado, a fazer escolhas de memórias. (CANDAU, 2012, p.19)

Existem peças de roupas que promovem um maior vínculo afetivo, são aquelas que foram costuradas por alguém especial, usadas em alguma ocasião marcante, como um aniversário de 15 anos, uma boda de ouro, um batizado, um casamento ou até mesmo aquela blusa que foi usada no show do nosso ídolo. Essas roupas possuem um apego especial e é muito difícil de serem doadas ou passadas adiante, elas muitas vezes permanecem nas famílias de geração em geração, seja para serem guardadas como lembrança daquela ocasião, ou para que outro familiar a utilize. Essas roupas são contadoras de histórias, quando você olha essa peça no seu armário logo surge toda a lembrança daquela ocasião em que foi usada e toda memória afetiva que ela traz, gerando um vínculo emocional com aquele produto.

As mães guardam a roupa do aniversário de um filho ou a roupa que ele saiu da maternidade, a estudante guarda a roupa que usou na formatura e com o tempo não temos coragem de nos desfazer delas, pois toda vez que tocamos ou encontramos essas peças no nosso guarda roupa, elas nos remetem a momentos inesquecíveis, como se tivéssemos voltado ao dia em que a usamos. Essas recordações são muito prazerosas e as roupas possuem esse poder em nossas memórias trazendo lembranças inesquecíveis. Assim como acontece com sons, cheiros, que também despertam memórias.

Toda essa carga simbólica que é atribuída às roupas, que podem carregar manchas, cheiros e formas, isso é o que evidencia a nossa existência, elas recebem nossa marca humana (STALLYBRASS, 2008). A memória e a identidade das peças fazem parte do nosso cotidiano, do passado e do presente, são muito marcantes. Segundo, Candau (2012) existem diversas e variadas memórias originando uma diversidade de identidades.

As nossas peças de roupas fazem parte de nossa vida de diferentes formas. Dessa maneira, ao pensar no significado que um objeto possui, podemos considerar a individualidade que caracteriza a personalidade de cada indivíduo que o possui, quanto à circunstância em que esse objeto surge. No caso das roupas, “esse trabalho de decifração do vínculo só é possível dentro de um contexto determinado e para um sujeito considerado em uma história” (JOUBERT e STERN, 2007, p. 9).

Michelle Kauffmann entende muito bem isso, especialista em contar histórias de roupas que são usadas em épocas que não era assim tão fácil adquiri-las. Ela apresenta um trabalho contextualizando peças expostas em museus onde antes pertencia a grupos culturais ou personalidades do passado. Para esse fim, analisa as peças desde a modelagem do tecido, ano de

quando foi produzido, se possui alguma particularidade, como manchas e avarias para assim refazer o passado de quem vestiu essa peça.

Na análise documentada no artigo “A memória das roupas” que ela escreveu para a Associação Brasileira de Estudos e Pesquisas em Moda (Abepem, 2012) em relação ao vestido da Aimée de Heeren, - a escolha da socialite dos anos 30, conhecida também por ser amiga de Coco Chanel e amante de Getúlio Vargas, surgiu através do vínculo afetivo atribuído ao seu vestido, a dificuldade da época entendendo a importância das roupas modificando a sua peça para tendência do tempo, a autora explica que como as pessoas, as nossas roupas também possuem uma identidade, cultura e podem também marcar épocas.

Para decifrar esse vínculo que algumas pessoas possuem com as roupas é preciso saber o contexto que está inserido, o significado de um objeto pode ser atribuído pelo seu dono ou mesmo por um parente. Inclusive, roupas que foram herdadas e possuem um simbolismo maior proveniente da memória afetiva.

Figura 3: Aimée de Heeren



Fonte: Fotografia por John Rawlings
Vogue, 15/01/1946

O museu confere o vestido à origem francesa, pelo fato de ser alta-costura. O objeto tem sinais de uso apesar de estar em ótima condição de conservação, e a bainha desfeita mostra um desejo da proprietária de atualizar a silhueta do vestido (...), portanto, é bem possível que Aimée, assim como muitas outras mulheres, tenha desfeito a bainha de seu vestido recém-comprado na tentativa de adequá-lo às novas tendências. Da mesma forma, intuímos que, para “atualizar” seu vestido “antiquado”, Aimeé sabia que bastava aumentar o comprimento da saia e recheá-la com anáguas. (...) Vale lembrar também que, nessa época, as mulheres não contavam com ajuda profissional para se vestir, não havia o *personal stylist*. As mulheres eram responsáveis pelo próprio visual, e as mais bem-vestidas entendiam não só a teatralidade das roupas, mas as consideravam indispensáveis para a construção de suas identidades. (kauffmann, 2011, p.4)

Com essa reflexão da autora podemos analisar a relação de Aimée com sua peça de roupa que é representada por diversos valores culturais e econômicos do seu tempo. A peça contém um valor material por ser um vestido de alta-costura sendo um objeto exclusivo. Outro ponto importante, é que talvez tenha início no primeiro ponto analisado, refere-se ao não descarte da peça, do desejo de guardar, do apego por um bem.

Um outro exemplo que mostra a história por trás das roupas é uma série documental na *Netflix* - um serviço de *streaming* por assinatura - onde você pode assistir filmes e séries sem intervalos. Inspirada no best-seller “*Wom Stories*” da autora estadunidense Emily Spivack, aborda o lado emocional das roupas com temas sobre amadurecimento, comunidade e amor, mostrando como as roupas podem ser muito importantes para algumas pessoas e para outros totalmente dispensáveis.

Emily sempre gostou de roupas *vintages*, e navegando pelo *Ebay* - site de comércio eletrônico que negocia diversos produtos - enquanto comprava um par de sapatos, em 2007, encontrou no site uma foto de uma fantasia da *playboy*

acompanhada de uma foto da antiga dona. A partir daí ela começou a questionar quem seria essa mulher e o interesse por essas histórias despertou.

A série dividida por temas traz diversas histórias interessantes e curiosas sobre as pessoas e as roupas que usam, contando suas histórias pessoais. “Histórias para Vestir” não é uma série relacionado a moda, longe disso, abraça narrativas interessantes, compreendendo a vida sem tabus. No primeiro episódio “Comunidade” vemos um casal que mora em uma comunidade de nudismo na Flórida e a sua relação em não utilizar as roupas, e assim começamos analisar o que comunicamos pelas roupas que vestimos. Sincera e comovente a produção investiga o significado por trás de cada peça, desconsiderando o seu valor econômico, as roupas são retratadas pelo seu valor afetivo, usadas diariamente como os uniformes que simbolizam uma conquista ou artefatos que não são necessariamente roupas, como uma coberta feita de retalhos por uma mãe para entregar ao seu filho que foi presa injustamente. As histórias são tão envolventes que ficamos emocionados e imersos dentro delas, uma obra leve que consegue desengavetar nossas próprias lembranças.

Figura 4: Cobertor de Retalhos



Fonte: Divulgação/Netflix (2021)

2.2 O Consumo Consciente e a Moda Afetiva

Nos últimos anos, o consumo consciente tem ganhado muita força, e muitas pessoas já começaram a questionar o ciclo de produção das roupas e seu impacto no meio ambiente. A moda está em constante diálogo refletindo os nossos desejos e comportamentos. Nesse novo cenário está surgindo o movimento da economia afetiva repensando o descarte e o consumo dos produtos, através de iniciativas criativas e sustentáveis, como o *upcycling*.

Um projeto chamado TRAMA AFETIVA é uma iniciativa da Fundação Hermann Hering, com o objetivo de reunir criativos para repensar o consumo e questionar os padrões existentes, usa o design como ferramenta de transformação social e coletiva. Com o foco voltado para o *design*, moda e empreendedorismo uniram pessoas pelas práticas transformadoras da Economia Afetiva. Esse modelo de produção e consumo é direcionado para a produção de valor e responsabilidade ambiental através da transformação de processos e produtos.

Com a Trama Afetiva, despertamos o afeto ao que já existe e escrevemos as linhas do “depois” para peças usadas e com defeitos, que foram transformadas em feltro. Ressignificar roupas, que eram resíduos, em matéria-prima (o feltro) para um processo de colaboração e criação, concretiza mais um passo na jornada de descobertas desta nova economia, que valoriza o resultado pelo processo. Mais do que produtos feitos de feltro, geramos aprendizados, descobertas e novas histórias com alma colaborativa. A Trama Afetiva é um convite ao novo. Um manifesto pela mudança. (Araújo e Predabon, 2019, p.6)

Figura 5: Roupas feitas em feltro



Fonte: Trama Afetiva (2019)

Já o *upcycling* é uma prática de reaproveitamento de materiais que já existem. As peças que seriam descartadas se transformam em algo novo, assim dando um novo sentido para elas, se tornando uma solução inteligente e que gera lucro, além disso, alimenta a criatividade e resulta em roupas exclusivas.

No mundo, algumas marcas já estão caminhando para um trabalho mais sustentável com peças feitas a partir do reaproveitamento, marca pautada pelo movimento slow, a Resgate Fashion resgata e transforma peças de segunda mão em boas condições com o objetivo de prolongar o tempo de vida delas. Natália Sperchi e Marcela Castilho. Em conjunto, e com apoio de parceiros, buscam transformar resíduos em roupas novas e exclusivas.

Figura 6: Cropped feito através do *upcycling*



Fonte: Acervo da autora (2020)

Com a força das fast fashion o ciclo de vida das roupas é cada vez mais curto e em pouco tempo o produto é descartado e substituído por outro em uma nova versão. Com a moda afetiva as roupas devem durar mais tempos, assim podemos repensar que as roupas compradas em bazar e brechós podem também ganhar força. As roupas passam a contar histórias, ter significados e ser valorizadas pelas suas características únicas.

O sistema de moda vai precisar mudar por um simples fato: ele está se destruindo. E desta vez não estou falando do meio ambiente, mas do quanto a moda tem matado o desejo pela moda, acelerando demais, banalizando suas coleções e seus produtos, com campanhas e ações sem relevância a todo o momento. O Volume e a rapidez talvez sejam as piores drogas para o sistema da moda, que parece estar descontrolado, viciado, incapaz de responder às suas próprias vontades (CARVALHAL, 2016, p. 54).



As nossas peças guardadas possuem significado e história para algumas pessoas os valores e os sentimentos não ficam perdidos, tornando assim possível reunir moda, memória e consumo consciente e as diferentes formas de como ressignificar as nossas roupas. Analisando essas questões existem diversas maneiras de trabalhar essas ressignificações dentro dessa estrutura de moda consciente. Desde peças trabalhadas com o *upcycling* até roupas compradas em bazar e brechós sem precisar gastar mais matéria prima, gerando assim uma nova visão da moda.

O valor sentimental que essas roupas possuem e a relação de não se desfazer está inteiramente ligado ao valor emocional por marcar histórias e memórias, pensando em como ressignificar essas peças o *upcycling* pode ser uma maneira de transformá-la, não perdendo as suas memórias e os seus bons momentos, mas sim trazendo novas lembranças e maneiras de usar retomando o seu uso.

Visto que há meios de ressignificar roupas e que as peças guardadas possuem uma história e valor emocional para as pessoas, conseguimos tornar possível moda e consumo consciente, fazendo com que os propósitos e os valores não se percam, gerando novas histórias junto com as relações emocionais com aquele que as possui.

Em contraponto os movimentos *Slow* e *Fast Fashion* possuem propostas completamente diferentes, com ações contrárias no mercado da moda. À medida que o movimento *Fast* tem como objetivo fortalecer ainda mais a competitividade e a variação dentro da cadeia de produção, rapidez na oferta de produtos de baixa qualidade e tendências rápidas provocadas pelo capitalismo com preços menores que provocam o consumismo, gerando assim um desperdício excessivo, o movimento *Slow* atua de forma lenta, com peças de vida útil mais longa. A distinção desses dois movimentos ocorre desde o processo de produção, até como as coleções são desenvolvidas. Na moda, o movimento *slow* envolve todos integrantes que fazem parte desse processo e que envolvem o sistema da moda, desde os fornecedores de matérias prima, designers e consumidores (Ferronato e Franzato, 2015)

Com as duas vertentes da moda atual traçadas, é possível visualizar que ambas as cadeias geram novas visões e percepções. O *Slow Fashion* carrega consigo uma característica emocional, trazendo um apelo ecológico, buscando conscientizar os indivíduos para um consumo de forma sustentável, dando maior valor e significado para as roupas, de forma que elas tenham um ciclo de vida mais duradouro, diferente da cultura do descarte promovida pelo *Fast Fashion*. O movimento *Slow Fashion* é conhecido por ser uma corrente que fortalece a conexão do consumidor com o idealizador do produto, caracterizando um movimento que valoriza o cuidado, a qualidade e o pensamento em longo prazo (Silva e Busarello, 2016 apud. Johansson, 2010).

Na Tansu, uma marca nova que também segue esse mesmo propósito, foi lançada no mercado pela estilista Tate Wasabi em julho de 2021. Busca trabalhar a produção responsável, peças com bom acabamento para durar e fazer diferença. Os lançamentos possuem poucas peças, tornando as exclusivas e a maioria limitada. Os tecidos utilizados pela marca estão divididos entre novos e fibras naturais como o algodão, todo o descarte é reaproveitado.

A junção de materiais faz parte de uma postura e pensamento mais responsável da dona da marca sobre como se faz moda. O consumo, o excesso de produtos não aproveitados e a quantidade absurda de lixo gerado em todo o processo de produção. "Aos poucos, dentro do que é possível para uma marca pequena, eu tento. Vou dando meus passinhos a caminho do que acredito ser ideal." (Luigi Torre, 2022 apud. Tate Wasabi, 2022).

A marca Tansu procura no momento limitar a produção de novas peças e tentar criar um maior vínculo com o público. Para que possam entender quem está fazendo a roupa e que conheçam a história da marca, para criar uma conexão de apego ou afeto. Tate acredita que a sustentabilidade vai muito além da fibra. Está estritamente ligado ao produto, quanto tempo ele vai durar e quando vamos usá-lo.

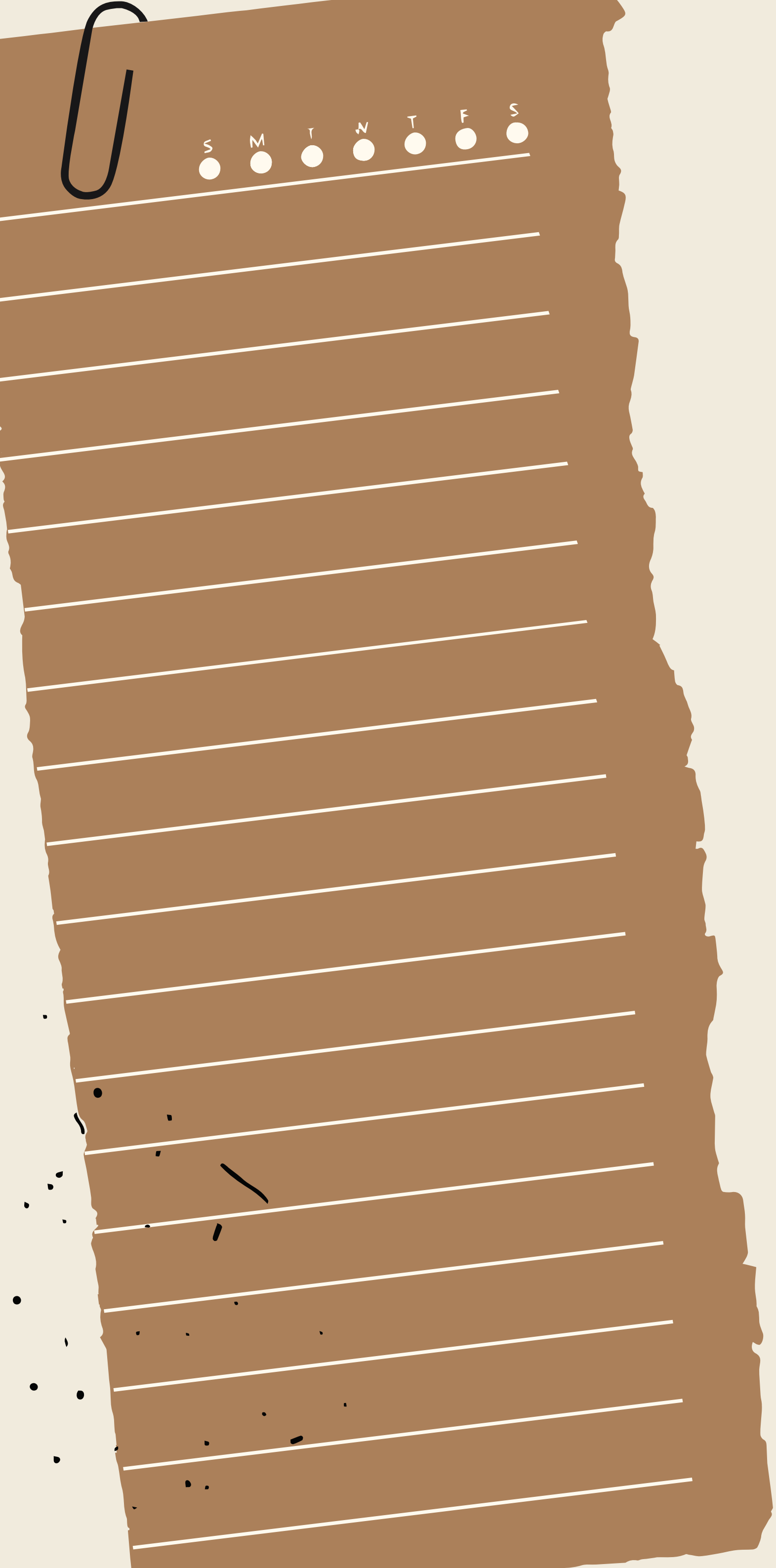
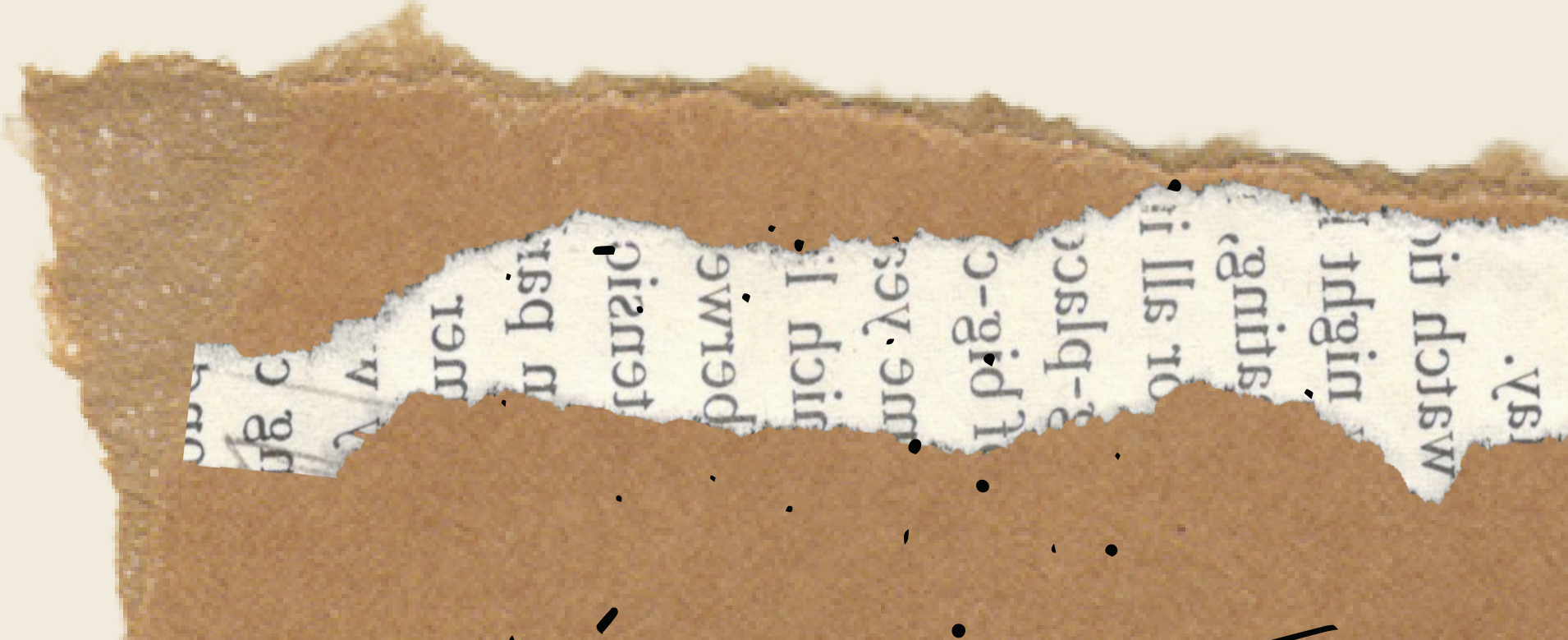


Figura 7: Marca Tansu



Fonte: Instagram Tansu (2021)

Por fim, as roupas exercem um papel fundamental na construção dos significados. Marcas que estão preocupadas em produzir roupas com qualidade e que valorizam o processo, a durabilidade e buscam criar vínculo com público, atraem consumidores que procuram materializar os desejos, emoções e sensações. O entrosamento entre os colaboradores do processo de desenvolvimento até a compra aumenta o método de produção e pode afunilar as relações e definir de maneira mais clara e compreensiva a forma como o produto é feito e percebido. O conceito faz parte do significado do produto, que posteriormente irá ser notado pelo consumidor, em razão disso tudo deve estar alinhado e incorporado de forma clara.



PESQUISA SOBRE ROUPA E MEMÓRIA

3. Pesquisa sobre Roupas e Memória

A moda conhecida por comunicar opinião, gostos, o modo de sentir e agir, emanando sentidos, e a roupa, fazendo parte do ser humano, expressando seus valores, significados, histórias e sonhos. A moda que expressa, conecta pessoas, representa e que conta histórias acabou sendo conhecida apenas como uma mera futilidade, por causa da incessante busca por novidade, visando apenas à tendência. Isso acabou estabelecendo no mercado o que chamamos de “Estar na Moda”, o desejo por um produto novo o imediatismo, prezando somente por estar na moda, o novo, deixando assim a essência do produto e de cada pessoa envolvida no processo cair no esquecimento.

Podemos dizer que atualmente o sistema está mudando, o consumo está se reorganizando, como os conceitos abordados anteriormente - design emocional, consumo consciente e economia afetiva - as pessoas estão buscando cada vez mais roupas que possuem significados, histórias, apego e afeto, nos dias de hoje estão cada vez mais cansadas de apenas vestir roupas, especialmente aquelas que não têm sentido, valor emocional, apenas a finalidade que é vestir, nada além. Atualmente, a moda não é apenas uma peça de roupa, ela passa a ser uma experiência, devemos reconsiderar e repensá-la não é apenas um pedaço de tecido, mas sim uma lembrança, um objeto de memória ou significado para quem está vestindo.

Ao descrever as relações entre as pessoas e os objetos nesse contexto, conseguimos identificar por meio das histórias de vida, o sentimento de carinho e apego na preservação da memória daquela peça de roupa, o que revela as motivações em guardar, preservar cada história e o momento que foi vivido com ela.

Minha pesquisa “Memória Afetiva: Roupas que contam Histórias” aborda como atribuindo valor às nossas peças de roupas, através de cinco entrevistados que contam suas próprias histórias, o apego por trás de cada peça e os significados que elas possuem, meu objetivo é mostrar como as roupas são muito mais que simples tecidos, elas fazem parte de nós, contam histórias, momentos vividos e inesquecíveis que eternizamos em uma peça de roupa. A pesquisa está organizada entre os procedimentos de pesquisa onde relato o método de pesquisa utilizado, as entrevistas de cada pessoa que participou a análise dos resultados obtidos e o caderno de memórias.

3.1 Procedimentos de Pesquisa

Para realização desta pesquisa foi escolhido o método qualitativo através de entrevistas semi-estruturadas com um grupo de amostragem de cinco pessoas. Este método foi escolhido, pois, segundo Denzin e Lincoln (2006), os pesquisadores qualitativos destacam a natureza social construída a partir da realidade, a íntima relação entre o pesquisador e o que é estudado, e as limitações das situações que influenciam a investigação. As entrevistas foram realizadas pessoalmente, sendo uma realizada via *whatsapp* – um aplicativo de conversa – na casa da autora durante o mês de maio de 2022, registradas por meio de gravação de voz. Foram selecionadas cinco pessoas para participar da pesquisa, tendo como primeiro critério de seleção a proximidade com a autora, e como segundo critério, que elas possuíssem peças de roupa que carregassem alguma memória afetiva. Outro critério foi que tivessem idades e gerações diferentes, numa faixa etária entre 20 e 70 anos, para que com isso conseguíssemos analisar as diferentes formas que geram vínculo afetivo com uma peça de roupa, para assim conseguir ter uma abrangência diferente com experiências e memórias afetivas distintas.

Inicialmente foi elaborado um questionário no *Google Forms* com algumas perguntas em relação à memória afetiva das roupas. Após realizar um primeiro teste com um dos participantes, concluímos que esse processo não foi vantajoso e bem aproveitado, pois pode-se perceber que as respostas nos questionários eram curtas e vagas, precisando de mais informações para obter um resultado melhor. Dessa forma, foi necessário mudar o instrumento de pesquisa. Pensando em alcançar um resultado melhor e mais objetivo foi visto que fazer entrevistas presencialmente ficaria melhor, já que assim a conversa poderia ser mais orientada e explorada, deixando a pessoa livre e à vontade para falar, abandonando o método do formulário que é mais fechado. Durante esse processo das entrevistas pessoalmente não só as respostas ajudaram na construção do estudo como também a forma que os entrevistados reagiram durante o processo, relembrando a história e a memória da peça de roupa escolhida.

A entrevista foi conduzida de forma bem leve, como se estivéssemos em uma conversa informal, para deixar o entrevistado mais à vontade. Durante essa conversa deixei o celular gravando e fui fazendo perguntas soltas, sem perguntas e respostas, puxando o assunto e desenvolvendo o diálogo. Quando a pessoa que estava sendo entrevistada era mais tímida, procurava fazer mais perguntas a respeito, sobre como adquiriu, se possui o hábito de usar e quando via a peça em seu armário que sentimentos traziam ou o que lembrava.

3.2 Entrevistas

As entrevistas feitas pessoalmente, foram de suma importância para que eu conseguisse complementar o meu estudo, cada entrevista feita possui sua individualidade, pude observar de perto o carinho, as emoções que foram sentidas durante cada palavra, e o olhar marejado ao descrever a importância da peça de roupa, cada detalhe das feições dos entrevistados, relembrando o momento vivido com essa peça. Nas entrevistas apresentadas a seguir conseguimos obter essas diferentes perspectivas.

A primeira entrevistada é aposentada hoje em dia, mas já foi professora, diretora de escola e fiscal de renda, carioca, Suely é casada, tem 79 anos. No seu relato ela os conta sobre a sua peça de roupa, um vestido que marcou a sua vida recentemente. A peça de roupas foi comprada para ela na época que iria completar 50 anos de casada com seu marido Wilson, antes da festa eles fizeram um book e esse vestido foi usado nas fotos. A cor do vestido é verde, conta com um comprimento até o joelho possuindo meia manga, contém detalhes em renda e é cruzado nas costas. Segundo Suely:

Essa peça de roupa é muito importante para mim, pois foi um momento muito feliz comemorado com toda a família. Quando olho para esse vestido lembro-me de todos esses momentos que foram muito especiais, trazendo em minha memória ótimas recordações. Atualmente eu e meu marido estamos com 56 anos de casado, e já se passaram seis anos desse dia tão especial. (Suely Ramos, 22 de maio de 2022)

Embora seja uma roupa que Suely não tenha a intenção de se desfazer, o apego e o significado dela pesam mais. A peça possui uma importância muito forte para a dona que mesmo não usando deixa a roupa guardada com muito carinho e amor, essa memória afetiva é agarrada em um momento muito esperado por toda a sua família, a festa de comemoração, em um contexto de muita felicidade.

Durante a entrevista é possível notar a sua emoção em cada palavra com a sua voz já embargada e até mesmo em seu olhar, que já estava cheio de lágrimas. Segundo Suely, quando ela fala sobre esse vestido lembra de todo esse significado de 56 anos de casamento que é uma data muito marcante que mostra que houve muito companheirismo e amor. Para ela esse sentido de união e família é muito importante pois é o que ela mais preza em sua vida, a sua família.

Figura 8: Vestido de rendas verde



Fonte: Acervo da autora (2015)

Já no caso do João, o segundo entrevistado tem 32 anos, nascido e criado em Portugal, casado com Letícia, é produtor musical. A sua peça que guarda memória afetiva é um casaco *Kispo* que ele possui há 12 anos, para ele é a sua peça de roupa favorita, mas ele não trouxe para o Brasil por ser um casaco muito quente, é um casaco de inverno impermeável muito usado na Europa. Quando foi perguntado sobre a sua peça de roupa escolhida, ele destaca:

É uma peça que esteve comigo em todos os momentos, viajou o mundo, foi para os Estados Unidos, em Portugal e quando trouxe para o Brasil, mas aqui não usei porque é quente demais. O casaco possui um design atemporal, *clean* e minimalista, segundo João: a peça é tão bonita quanto no dia em que comprei. (João Nuno, 24 de maio de 2022)

Um objeto pode marcar e fazer parte de momentos inesquecíveis em nossas vidas ou simplesmente possuímos um apego maior em uma vestimenta. No seu relato João fala que a peça é quase uma extensão dele, pois sempre quando está frio é esse casaco que escolhe colocar, fez parte de todos os momentos que ele passou e em viagens especiais estava com ele, sempre que vê a peça de roupa lembra-se de todos esses momentos especiais em sua vida. Além de ser sua marca preferida, é muito resistente, ele acrescenta que gosta de pensar que está muito relacionado com ele mesmo.

Figura 9: Casaco Kispo



Fonte: Acervo da autora (2014)

Nesse contexto, a memória segundo Nery (2015) “é um conceito amplo, a memória é algo que se constrói depois de um acontecimento, posteriormente, é a relação do homem com o tempo, é aquilo que guardamos do nosso passado sempre ressignificado” (NERY, 2015, p. 29)

Desse modo, no próximo relato, iremos falar da peça de roupa escolhida pela Letícia, a terceira entrevistada tem 26 anos é estudante de direito, carioca, mas atualmente mora com seu marido João em Portugal. Ela nos conta um pouco sobre o dia do seu casamento que foi realizado no cartório, com uma pequena festa em um hotel apenas para os familiares. Ela não buscava nada extravagante para usar no dia e preferiu procurar em uma loja de departamento da qual gostava muito. Segundo a entrevistada:

Depois de vestir dezenas de peças nesse dia, consegui encontrar esse vestido que tinha tudo que queria, ficou perfeito no corpo e era ideal para ocasião. A peça é simples, não possui nada de especial, mas pra mim guarda um valor inestimável. Pois usei em um dia muito especial com um significado enorme. (Letícia Oliveira, 22 de maio de 2022)

O vestido possui um comprimento até o joelho, na cor branca, é liso com um detalhe em tiras cruzadas nas costas. Além da peça de roupa, o momento que foi usado traz um significado imensurável. A entrevistada conta não usar a peça de roupa, costuma deixar o vestido guardado com muito carinho, mas sempre que vê as fotos ou lembrar-se do dia que usou remete a muita felicidade, o início de uma nova fase em sua vida, trazendo realmente esse sentimento de afeto e apreço.

Figura 10: Vestido de casamento



Fonte: Acervo da autora (2019)

Como o objetivo principal desta pesquisa busca refletir sobre a importância que as roupas possuem na construção de nossas memórias afetivas, uma peça da qual a sua preservação simboliza muito mais do que a sua objetificação, ela representa a memória de alguém. Solange com 55 anos, casada com seu marido Marcos há 32 anos, carioca é funcionária pública nos revela durante a entrevista a representatividade que a sua peça possui.

A quarta entrevistada nos conta sobre uma camisola que era da sua avó Adelina Amadeu, ela lembra depois que sua avó ficou viúva quando era pequena tinha por volta de uns sete anos quando começou a dormir no quarto junto com ela e só saiu depois que se casou. Durante todo o seu tempo de vida sua avó costumava usar muito a peça de roupa.

A roupa tende, pois, a estar poderosamente associada com a memória ou, para dizer de forma mais forte, a roupa é um tipo de memória. Quando a pessoa está ausente ou morre, a roupa absorve sua presença ausente. (STALLYBRASS, 2000, p. 18)

A camisola tem um tecido bem fino, com uma estampa floral bem pequena, na cor amarela possui alguns detalhes em renda, e assim que sua avó Adelina faleceu em 1988 ela quis ficar com a peça quando foi doar os pertences de sua avó guardando como uma recordação dela e dos momentos vividos. Sempre que pega na peça lembra-se dos momentos inesquecíveis que passou ao lado da sua avó, quando ela usava a roupa, do amor que sente por ela, dos seus ensinamentos e do seu jeito carinhoso. Segundo Solange:

Já cheguei até a usar a camisola, mas como possui um tecido bem fino tenho medo de rasgar ou danificar essa lembrança tão importante. Nos momentos de sinto saudade pego e recordo da minha avó que era uma pessoa muito especial, que ajudou me criar e foi como uma segunda mãe. (Solange Corrêa, 24 de maio de 2022)

Figura 11: A camisola



Fonte: Acervo da autora (2022)

As peças além de fazerem parte de algum momento especial ou situação pontual é aquela que atravessa o tempo sendo usado cotidianamente, podendo vir a tornar-se, após a morte de seu dono, um ícone de sua personificação. Assim é a história da Bárbara Rocha, carioca, com 35 anos, enfermeira, mestre em enfermagem e que trabalha como enfermeira de família, é casada com uma mulher que se chama Fabíola, a quinta entrevistada conta que sempre possuiu uma conexão muito forte com a sua avó materna, uma pessoa muito especial e mesmo com muita idade sempre manteve sua cabeça muito evoluída, cuja camisa é bem simples em tecido de algodão foi comprada e confeccionada com uma foto das duas, usada para homenageá-la em seu aniversário em 2016, a camisa é usada até hoje para dormir fazendo lembrar-se dela e sentido que sempre está por perto. Bárbara diz:

Essa camisa possui memória afetiva porque é uma roupa que foi feita para homenagear a minha avó Túlia no seu aniversário de 90 anos que foi surpresa. É muito mais que uma simples camisa, é uma peça de roupa que não penso em me desfazer porque hoje a minha avó já não está mais aqui e é impossível se desfazer de qualquer coisa que lembre ela. (Bárbara Rocha, 24 de maio de 2022)

A representatividade que a camisa possui se tornando a ligação dela com sua avó, e o momento muito importante da comemoração de seus 90 anos, muito esperados por todos e por ela que nunca teve uma grande festa. Durante a entrevista conseguimos notar como ainda é difícil falar de sua avó Túlia, uma pessoa que parecia ser muito especial e que ainda faz muita falta.

Figura 12: Camisa minha rainha



Fonte: Acervo da autora (2022)

Embora essas diferentes memórias derivam de alguns processos individuais e do nosso íntimo, o apego e o carinho por esses objetos ajuda restaurar a imagem do que foi vivido ou do ente que se foi. Guardá-los, possibilita manter a recordação, atribuindo-lhes certas características pessoais que ressuscitam momentos importantes desta forma, os fazem sentir próximos dessa memória e que não perderam completamente. Com isso, podemos notar a diferença entre cada peça e os seus vínculos afetivos.

3.3 Análises dos Resultados

A realização desta pesquisa representa um estudo sobre a temática da memória afetiva, moda e roupa, essa abordagem proporciona um olhar diferente para a roupa e como as pessoas conseguem enxergar de diferentes ângulos um objeto simbólico. Os resultados obtidos conseguem trazer os diferentes aspectos de como vemos ou lidamos com as roupas afetivas propiciando ainda um novo olhar sobre os objetos que estão à nossa volta.

Em cada relato, conseguimos sentir um pouco da força desse afeto, do apego e de cada emoção nas palavras ditas. É impossível conseguir mensurar a intensidade desses sentimentos envolvidos e nem devemos é a particularidade de cada indivíduo que possui essa carga afetiva agregando valores às roupas deixando-as especiais e exclusivas.

Compreender como essas relações acabam se formando e como elas se revelam parte da nossa singularidade, como o vestido da dona Suely que relembra a sua festa de 50 anos de casado com seu marido ou a peça da Bárbara que personifica a presença da sua avó em uma camisa. Permitindo-nos refletir sobre as roupas e sobre a moda em uma nova perspectiva. Isso nos leva a refletir e pensar o fato de que o que idealizamos não será apenas um produto de consumo, mas algo que pode transformar-se parte da memória e da história de outra pessoa.

Nesse cenário as roupas sendo fontes de significados, conseguimos ver, o quão uma peça de roupa pode ser importante e o que ele simboliza para esse indivíduo. Inclusive, como eles podem apegar-se a objetos que não são tão representativos, em virtude que o simbolismo também tem origem nas memórias individuais. Dessa forma, conseguimos fazer uma associação entre as roupas e seu possuidor, com isso somos conduzidos a refletir e mergulhar sobre como esses objetos permanecem e sobre o quanto essas roupas tornam-se importantes, um meio de preservar a sua memória em relação ao que foi vivido, reforçando a negação de doar ou se desfazer da peça.

Desse modo, podemos compreender como é importante resgatar as nossas relações emocionais que possuímos com as roupas e que marcaram momentos importantes na nossa vida. De acordo com as entrevistas, a maioria das pessoas costuma guardar roupas que marcaram um momento importante ou que ganharam de alguém muito especial, sendo assim mais valorizadas. Pensando nisso, precisamos nos reconectar com a moda e o que ela deseja passar, buscar os valores que foram perdidos, o que já não existe na nossa sociedade.

Assim podemos concluir que o presente trabalho constrói uma reflexão sobre como estão os vínculos afetivos das pessoas com o atual momento da moda e como podemos nos conectar com ela. Só é possível resgatar o valor de uma peça, relembrar a moda, essencialmente concedendo um significado aos sonhos, às emoções e aos sentidos. Ressignificando uma peça conseguimos dar uma atenção maior ao consumo consciente, assim concedendo a peça que possui nossas lembranças novos significados. Mesmo assim, no mundo em que vivemos com uma excessiva produção de mercadorias e deficiente de recursos, conseguimos ver a preocupação em encontrar novas maneiras e formas de se reinventar para consumir moda.

CADERNO DE MEMÓRIAS

4. Caderno de Memórias

O caderno de memórias no final desse projeto busca deixar registradas as vivências de cada entrevistado que participou dessa pesquisa. As lembranças que a peça de roupa consegue trazer, as memórias guardadas e até mesmo das pessoas que fizeram parte delas. Essas roupas não são apenas um pedaço de tecido, elas são uma parte de nós, a lembrança que guardamos do momento, o que somos. São conexões e identidades, quando vestimos, marcam sensações, histórias, épocas e experiências. Nesse caderno de memórias contém as fotos selecionadas pelos entrevistados com partes importantes de cada conversa, das falas sobre as roupas e a história por trás de cada peça.

Desse modo, conseguimos pensar em como uma vestimenta possui grande significado e como um determinado objeto provoca tanto as particularidades que representa a personalidade do indivíduo que o possui, quanto à circunstância na qual esse objeto surge. Nesse caso das roupas, “esse trabalho de decifração do vínculo só é possível dentro de um contexto determinado e para um sujeito considerado em uma história” (JOUBERT e STERN, 2007, p. 9).



MEU VESTIDO VERDE

Dona Suely conta que: Meu vestido verde está ligado ao momento muito feliz e esperado por ela e sua família, a comemoração dos meus 50 anos de casada com meu marido. O vestido me lembra um momento muito marcante, simbolizando todos esses anos de casada com muito amor e companheiros.

50

Figura 13: O Vestido



Fonte: Acervo da Autora (2015)

Figura 14: O Casaco



Acervo da Autora (2014)

João diz: Esse casaco já viajou comigo por muitos lugares e sempre que uso ou vejo no armário lembro de todas as viagens que fiz. É uma casaco que esquentava muito, ótimo para usar no frio. Além dele ser resistente é de uma marca que eu aprecio muito.



O VESTIDO DE CASAMENTO

Segundo a entrevistada Letícia: Meu vestido de casamento é uma peça bem simples diferente do que costumam usar hoje em dia, mas possui um design simples que me agradou muito e achei perfeita para ocasião, já que casamos no cartório. Eu não uso o vestido e nem sei bem o motivo, mas ele me remete a um momento muito importante da minha vida simbolizando o início de uma nova fase.

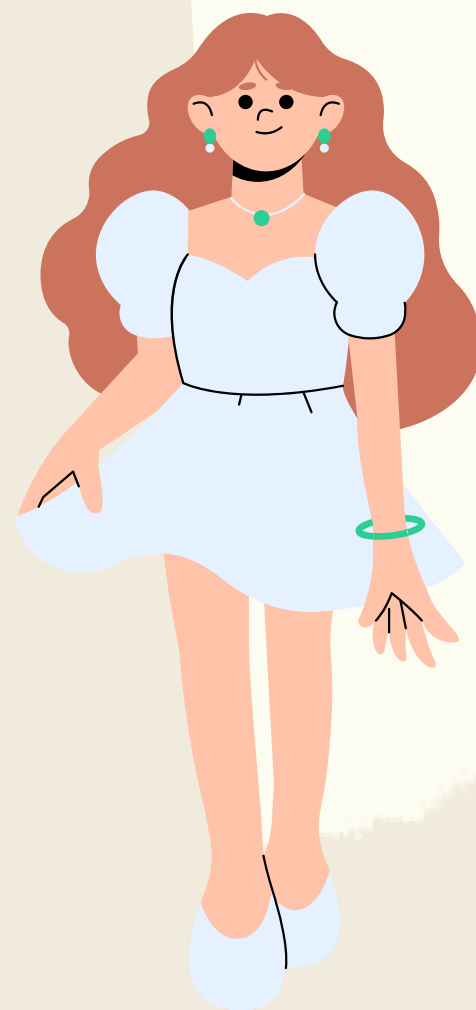


Figura 15: Vestido Branco



Fonte: Acervo da Autora (2019)

Figura 16: A camisola



Fonte: Acervo da Autora (2022)

Solange diz: Eu guardo a camisola da minha avó Adelina com muito carinho e amor, pois lembro dos melhores momentos que eu vive ao seu lado. Lembro de deitar do seu lado e sentir a textura fina e macia da camisola que ela possuía o costume de usar. Guardei essa peça logo após o seu falecimento, pois era muito apegada a ela, já que dormíamos juntas em seu quarto depois que ficou viúva.



90
ANOS

Figura 17: A Camisa

MINHA RAINHA

Segundo Bárbara Rocha: Minha avó Túlia era uma pessoa sem igual com uma cabeça a frente do seu tempo, não tinha uma pessoa que não gostasse dela. Essa camisa que fizemos para o seu aniversário de 90 anos guardo com muito carinho, pois hoje ela já não está mais aqui e tudo que lembre ela é impossível se desfazer.



Fonte: Acervo da Autora (2022)

Esse caderno de memórias registra as lembranças mais pessoais de cada entrevistado, essas peças de roupas fazem parte de um momento muito especial vivido por eles que guardam com muito carinho e amor, são roupas que possuem histórias e significados contendo as suas experiências que foram de suma importância para a construção desta pesquisa.

Figura 18: Quadro de Fotos



Fonte: Acervo da Autora (2022)

CONSIDERAÇÕES FINAIS

5. Considerações finais

A roupa e a moda comunicam e emanam sentidos, o vestuário desse modo, faz parte do indivíduo, como uma extensão da alma, expressa seus valores, seus significados, suas histórias e seus sonhos. Porém, a moda que conta histórias, que conecta pessoas e que tem valores acabou sendo refletido apenas como roupas e mercadorias de mera futilidade, fruto da indústria que busca acelerar o processo. Isso acarretou em uma busca incessante pelo que é novo, fazendo com que as pessoas acabem valorizando a tendência do momento e esquecendo-se da essência individual e pessoal dos envolvidos no processo. Dentro desse contexto, o design emocional se relaciona com as experiências que trazemos a esses objetos, como agregamos valor de forma inconsciente.

Quando pensamos nas nossas relações humanas e nas vestimentas nesse contexto, conseguimos enxergar além do sentimento, de apego e carinho é a preservação das histórias que configuram um ato da nossa memória que revelam o caráter individual das motivações em cada história. Importante destacar que os relatos obtidos através das entrevistas, foram de suma importância para conseguir compreender como as pessoas carregam e valorizam suas memórias mais preciosas, e como isso pode ser guardado através de um objeto que no caso dessa pesquisa se limita a analisar dentro das vestimentas. Como essas peças de roupas se tornam um papel importante na vida ou no dia a dia dessas pessoas e que devemos sim atribuir valor afetivo a bens materiais, quando possível e desejado compartilhar seus relatos com outras pessoas.

Dessa forma expressa um pouco da personalidade do indivíduo que está usando, é também auxilia na construção das nossas lembranças mais pessoais, por ter vivido aquele momento junto à pessoa e por possuir uma carga emocional singular, criada com o passar do tempo. Caso essa peça seja passada adiante, vai sempre carregar as memórias do seu antigo dono, criando memórias através de momentos futuros que serão vividos pela pessoa que o adquiriu.

Diante disso, essa pesquisa contribuiu para a minha formação em design de moda, pois consegui analisar como atribuímos valor a uma peça de roupa, o simbolismo que damos inconscientemente é o que dá a elas esse valor afetivo. Esses objetos podem ter feito parte da nossa infância ou quando adultos nos apegamos a peças que nos fazem preservar uma recordação e uma memória de um tempo importante que vivemos. Claro que isso depende de pessoa para pessoa, cada um com a sua individualidade, mas acredito que todo mundo possui uma roupa que é apegada. Em vista disso, os aprendizados adquiridos contribuíram para despertar o conhecimento sobre esse assunto, buscando por respostas e resultados que foram alcançados. Acredito que no futuro ainda iremos buscar mais informações em relação às marcas com propósito que contam histórias através das roupas.

REFERÊNCIAS

Referências

ARAÚJO, Bárbara Fernandes. **Roupas e Coisas:** Trajetos emocionais. 2013. Tese (Mestrado em Comunicação de Moda) – Universidade do Minho, Braga, Portugal, 2013.

ARAUJO, Jackson e PREDABON, Luca **Economia Afetiva: por uma nova tecitura social** / organização e coordenação editorial Jackson Araujo e Luca Predabon – 1a edição – São Paulo: 2019.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria.** Trad. Carlos Alberto Medeiros. Jorge Zahar Editor Ltda., 2008.

BENARUSH, Michelle Kauffmann. **A memória das roupas.**dobra[s] v. 5, n. 12 (2012). Disponível em:. Acesso em: 21 abr. 2022.

BOFF FERRONATO, P.; FRANZATO, C. open design e slowfashion para sustentabilidade do sistema moda. **Modapalavra e-periódico**, Florianópolis, p. 104-115, 2015.. Disponível em: <https://www.revistas.udesc.br/index.php/modapalavra/article/view/7256>. Acesso em:28 mar. 2022.

CANDAU, Joel. **Memória e identidade.** São Paulo: Editora Contexto, 2012.

CARVALHO, Lílían Vieira Rodrigues de. Design e Emoção – O papel do designer no consumo de produtos de moda. Disponível em: <https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/28664/1/Lilian%20Carvalho.pdf>. Acesso em: 21 abr. 2022.

CAVALCANTI. V. P, SILVA. W, F. **Modelo de análise do design emocional aplicado ao desenvolvimento de produtos de moda.** 2015. 11º Colóquio de Moda – 8ª Edição Internacional, Curitiba, 2015.

DENZIN, N. K. e LINCOLN, Y. S. Introdução: a disciplina e a prática da pesquisa qualitativa. In: DENZIN, N. K. e LINCOLN, Y. S. **O planejamento da pesquisa qualitativa: teorias e abordagens.** 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2006. p. 15-41.

FRAGA, Ronaldo. Ronaldo Fraga fala sobre moda no Globo Horizonte. [Entrevista concedida a Globo Horizonte]. Renata do Carmo. **Globoplay**, Minas Gerais, v.3, n.1, junho 2014.

HERING, Fundação Hermann.**Quem Somos.** Santa Catarina, 2022.

HISTÓRIAS para vestir. Estados Unidos: Jenji Kohan, 3 de abril de 2021. Color. Legendado.

HÜTHER, LaízaThiesen. **O DESIGN EMOCIONAL E A ROUPA.** Disponível em:<https://eventos.ifrs.edu.br/index.php/JEPEXErechim/JEPEXErechim2017/paper/viewFile/3108/856>. Acesso em: 28 out. 2021.

JOUBERT, Catherine; STERN, Sarah. **Dispa-me!** O que nossa roupa diz sobre nós. Rio de Janeiro: Zahar, 2007.

LOPES, Jéssica Bitencourt. ROUPAS COMO PONTES DE MEMÓRIAS AFETIVAS. Disponível em: <https://editora.pucrs.br/edipucrs/acessolivre//anais/ephis/assets/edicoes/2017/arquivos/7.pdf>. Acesso em: 16 set. 2021.

MACENA, Bárbara Bedendo *et al.* SLOW FASHION: CARACTERÍSTICAS, IMPORTÂNCIA E A RELAÇÃO COM O DESIGN. Disponível em: http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/57144/1/CIMODE2018_BBM_NM_CBA.pdf. Acesso em: 28 mar. 2022.

MARAFON, Rafaela Vanessa Souto Maior de Melo. O Design Emocional e a Experiência de Consumo de Moda no Ambiente Virtual. Disponível em:<https://repositorio.ufpe.br/bitstream/123456789/31926/1/MARAFON,%20Rafa%20Vanessa%20Souto%20Maior%20de%20Melo.pdf>. Acesso em: 21 abr. 2022

NERY, Olivia Silva. **A invisibilidade na materialidade: as pontes de memória nos objetos de Lyuba Duprat.** Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-graduação em Memória Social e Patrimônio Cultural, Instituto de Ciências Humanas, Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, 2015.

NIEMEYER, Lucy. **Design atitudinal.** In: Design, ergonomia e emoção. Rio de Janeiro: Mauad X, 2008. p. 49-64.

NORMAN, Donald A. **Design Emocional:** por que adoramos (ou detestamos) os objetos do dia-a-dia. Tradução de Ana Deiró. Rio de Janeiro: Rocco,2008.

SILVA, Samantha; BUSARELLO, Raul. FAST FASHION E SLOW FASHION O PROCESSO CRIATIVO NA CONTEMPORANEIDADE. Disponível em: <http://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202016/COMUNICACAO-ORAL/CO-06-Processos-Produtivos/CO-06-Fast-Fashion-e-Slow Fashion.pdf>. Acesso em: 28 mar. 2022.

SEHN, Luana Roberta. O SENTIR DA MODA: A ROUPA COMO INSTRUMENTO DE RESSIGNIFICAÇÃO DOS SONHOS. Disponível em: <https://www.univates.br/bdu/bitstream/10737/1908/1/2017LuanaRobertaSehn.pdf> . Acesso em: 22 abr. 2022.

SVENDSEN, Lars. **Moda: uma filosofia.** Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

STALLYBRASS, Peter. **O casaco de Marx: roupas, memórias, dor.** Belo Horizonte: Autêntica, 2012.

TORRE, Luigi. NA TANSU, ROUPAS SÃO COMO REGISTROS HISTÓRICOS QUE NOS ACOMPANHAM E EVOLUEM COM O TEMPO. **ELLE BRASIL.** São Paulo. Segundo Caderno, p.1.

APÊNDICE

Apêndice

Perguntas feitas durante as entrevistas realizadas em maio de 2022.

- Você possui alguma peça com memória afetiva?
- Como a peça foi adquirida? Você comprou ou herdou de alguém?
- Quais os significados que a peça possui para você?
- Possui o costume de usar ou deixa a roupa guardada?
- Quais as melhores lembranças que você guarda do momento que usou?