

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
INSTITUTO DE ARTES E DESIGN
BACHARELADO EM MODA**

Maria Eduarda Amaral Oliveira

Moda e Memória Afetiva:

A construção de narrativas pessoais através do vestuário

Juiz de Fora

2025

Maria Eduarda Amaral Oliveira

Moda e Memória Afetiva:

A construção de narrativas pessoais através do vestuário

Trabalho de Conclusão de Curso
submetido à Comissão Examinadora do
Curso de Bacharelado em Moda, do
Instituto de Artes e Design, da
Universidade Federal de Juiz de Fora,
como parte dos requisitos necessários à
obtenção do grau de Bacharel em Moda.

Orientadora: Prof.^a Dra. Isabela Monken Velloso

Juiz de Fora

2025

Ficha catalográfica elaborada através do programa de geração automática da Biblioteca Universitária da UFJF, com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

Amaral Oliveira, Maria Eduarda.

Moda e memória afetiva : A construção de narrativas pessoais através do vestuário / Maria Eduarda Amaral Oliveira. -- 2025.
65 f. : il.

Orientadora: Isabela Monken Velloso

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) - Universidade Federal de Juiz de Fora, Instituto de Artes e Design, 2025.

1. Moda. 2. Roupas. 3. Memória. 4. Identidade. 5. Estilo. I. Monken Velloso, Isabela, orient. II. Título.

Maria Eduarda Amaral Oliveira

Moda e Memória Afetiva:

A Construção de Narrativas Pessoais Através do Vestuário.

Trabalho de Conclusão de Curso submetido à Comissão Examinadora do Curso de Bacharelado em Moda, do Instituto de Artes e Design, da Universidade Federal de Juiz de Fora, como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de Bacharel em Moda.

Aprovado em 14 de março de 2025.

BANCA EXAMINADORA:

Prof^a. Dra. Isabela Monken Velloso – Orientadora
Universidade Federal de Juiz de Fora

Dra. Myrtes Raposo
Universidade Federal de Juiz de Fora

Me. Frederico José Magalhães Simão
UniAcademia / JF

Dedico este trabalho às mulheres da minha família, especialmente à minha mãe, cuja força, sabedoria e amor incondicional foram fundamentais na construção da minha identidade.

AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, a Deus por ter me sustentado até aqui.

Sou grata também a mim mesma, por ter perseverado e não desistido, mesmo diante de tantas inseguranças e incertezas que me acompanharam durante o desenvolvimento desta pesquisa.

À minha mãe, Selma, por ser luz e inspiração em minha vida, por me acolher, cuidar com todo amor e carinho, e por ser a maior fonte de inspiração para este trabalho.

À minha avó Maria Lúcia, agradeço por cuidar de mim com tanto zelo e dedicação.

À minha irmã Danielle e meu cunhado Evandro, agradeço por não medirem esforços para me ajudar em qualquer situação, por sonharem meus sonhos comigo e acreditarem no meu potencial.

Agradeço à minha sobrinha Emanuelle por estar sempre ao meu lado, me dando todo suporte e apoio.

À toda minha família, especialmente às mulheres, agradeço por me criarem com tanto amor e dedicação.

À minha orientadora, Prof^a. Dra. Isabela Monken Velloso, uma professora por quem tenho imensa admiração. Sou grata por ter aceitado orientar minha pesquisa e por me apoiar em todos os aspectos desse processo. Agradeço também pelo vasto conhecimento compartilhado e pela inspiração que recebo a partir de suas percepções sensíveis e enriquecedoras.

Aos professores da banca, Prof^a. Myrtes Raposo e Prof. Frederico José de Magalhães Simão, expresse minha sincera gratidão pelo tempo dedicado e pela disposição em avaliar e esclarecer minha defesa.

Agradeço ao Instituto de Artes e Design por me receber tão calorosamente e, em especial, a todo o corpo docente que se dedica incansavelmente para proporcionar a melhor experiência dentro do Instituto.

À minha amiga Tamara, com quem compartilhei a experiência acadêmica, agradeço por todo o apoio, amizade e companheirismo ao longo dos últimos anos.

Aos meus amigos, agradeço por me motivarem e apoiarem em todos os momentos.

(...) 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 (STALLYBRASS, 2008, p. 14).

RESUMO

Este Trabalho de Conclusão de Curso tem por objetivo a criação e desenvolvimento de um catálogo de moda inspirado nas relações vividas pela autora deste trabalho na casa materna, com ênfase nas mulheres da família, principalmente na mãe e avó. A análise do trabalho focará nas conexões entre moda e memórias afetivas, considerando a moda como um meio para a expressão de identidade, na qual as lembranças e sentimentos evocados ganham destaque na produção.

Palavras-chave: Moda. Roupas. Memória. Identidade.

ABSTRACT

This Final Course Project aims to create and develop a fashion catalog inspired by the relationships experienced by the author of this work in her maternal home, with an emphasis on the women in the family, particularly the mother and grandmother. The analysis of the project will focus on the connections between fashion and affective memories, considering fashion as a means for expressing identity, where evoked memories and emotions play a prominent role in the production.

Keywords: Fashion. Clothing. Memory. Identity.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - O <i>Tailleur Bar</i> , fotografado em 1955	15
Figura 2 - <i>Looks</i> do inverno 2022/23: exercícios de Maria Grazia Chiuri sobre a tradicional silhueta da Maison	16
Figura 3 - Malu Borges para o Baile da Vogue 2025	17
Figura 4 - Cris Barros apresenta a AW17, sua coleção de inverno para 2017	18
Figura 5 - <i>Tornabuoni 1927</i> : Salvatore Ferragamo relembra sua história em coleção	19
Figura 6 - Prancha iconográfica de locação para o editorial	21
Figura 7 - Preparação para o ensaio Fotográfico	22
Figuras 8 - Preparação para o ensaio Fotográfico	23
Figura 9 - <i>Styling</i> dos <i>looks</i>	24
Figura 10 - <i>Styling</i> dos <i>looks</i>	25
Figura 11 - <i>Styling</i> dos <i>looks</i>	26
Figura 12 - <i>Styling</i> dos <i>looks</i>	27
Figura 13 - <i>Look 1: jeans</i>	28
Figura 14 - <i>Look 2: tricô</i>	29
Figura 15 - Blusa guardada como objeto de memória afetiva	30
Figura 16 - <i>Look 3: pano de prato</i>	31
Figura 17 - <i>Look 4: flores</i>	32
Figura 18 - <i>Look 5: crochê</i>	33
Figura 19 – A flor como elemento de <i>styling</i> no <i>Look 1</i>	34
Figura 20 – A flor como elemento de <i>styling</i> nos <i>Looks 2 (A) e 3 (B)</i>	34
Figura 21 – A flor como elemento de <i>styling</i> nos <i>Looks 4 (A) e 5 (B)</i>	35
Figura 22 - Lata de botões	36
Figura 23 - Prancha de beleza	37
Figura 24 - Maquiagem para o ensaio	38
Figura 25 – Acessórios utilizados na construção dos <i>looks</i>	39
Figura 26 – Inspirações para as poses	40
Figura 27 - Maria Lúcia, avó da autora	42
Figura 28 - Casa da avó da autora	43
Figura 29 - Casa da avó da autora	44
Figura 30 - Catálogo <i>look 1</i>	45

Figura 31 - Catálogo <i>look</i> 1	46
Figura 32 - Catálogo <i>look</i> 1	47
Figura 33 - Catálogo <i>look</i> 2	48
Figura 34 - Catálogo <i>look</i> 2	49
Figura 35 - Catálogo <i>look</i> 2	50
Figura 36 - Catálogo <i>look</i> 3	51
Figura 37 - Catálogo <i>look</i> 3	52
Figura 38 - Catálogo <i>look</i> 3	53
Figura 39 - Catálogo <i>look</i> 4	54
Figura 40 - Catálogo <i>look</i> 4	55
Figura 41 - Catálogo <i>look</i> 4	56
Figura 42 - Catálogo <i>look</i> 4	57
Figura 43 - Catálogo <i>look</i> 5	58
Figura 44 - Catálogo <i>look</i> 5	59
Figura 45 - Catálogo <i>look</i> 5	60
Figura 46 - Catálogo <i>look</i> 5	60
Figura 47 - Catálogo <i>look</i> 5	61
Figura 48 - Participantes do catálogo	62
Figura 49 - Ficha técnica do catálogo	63

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	11
2	MODA, ROUPAS E MEMÓRIA	12
2.1	RESGATE AO PASSADO	14
3	A PRODUÇÃO	20
3.1	LOCAÇÃO	20
3.1.1	Produção dos <i>looks</i>	23
3.1.2	Beleza	36
3.1.3	Acessórios	38
3.1.4	Pose	39
4	CATÁLOGO	41
4.1	CATÁLOGO INSPIRACIONAL “CASA MATERNA”	41
4.1.2	<i>Looks</i>	45
4.1.2.1	<i>Look 1</i>	45
4.1.2.2	<i>Look 2</i>	48
4.1.2.3	<i>Look 3</i>	51
4.1.2.4	<i>Look 4</i>	54
4.1.2.5	<i>Look 5</i>	58
5	CONCLUSÃO	64
	REFERÊNCIAS	65

1 INTRODUÇÃO

A moda, enquanto fenômeno cultural e social, transcende o mero ato de vestir. A palavra deriva do latim “*modus*”, que significa modo, maneira, costume. Ela se configura como uma linguagem visual que expressa identidades, valores e memórias coletivas e individuais. Neste contexto, a memória afetiva desempenha um papel crucial, pois as experiências vividas, especialmente aquelas ligadas à família, moldam nossas percepções e escolhas estéticas ao longo da vida.

Este trabalho tem como objetivo investigar a relação entre a moda e a memória afetiva, com um enfoque particular na vivência da autora em seu núcleo familiar. Ao longo da pesquisa, foram exploradas as lembranças associadas a determinadas roupas, estilos e momentos significativos que contribuíram para a formação de sua identidade. Em vista disto, este trabalho teve como objetivo final a criação de uma produção de moda que contempla um catálogo no qual a autora abordou a relação familiar materna, propondo-se a revelar não apenas a dimensão estética da moda, mas também sua profundidade emocional, destacando como as relações familiares e as memórias afetivas influenciam a construção da identidade individual.

A inspiração para este trabalho surge das mulheres que moldaram minha trajetória: minha mãe e minha avó. Desde a infância, fui profundamente influenciada pela estética e pelas práticas de costura que permeavam o ambiente familiar. Eu cresci na casa de minha avó, que era costureira de profissão, rodeada de tecidos, linhas e histórias. Pude observar e vivenciar o processo criativo que transforma simples materiais em peças carregadas de significado. Minha mãe, por sua vez, me influenciou através do seu estilo pessoal, fazendo com que eu crescesse tendo ela como minha maior referência e me espelhando em seu jeito de vestir. Crescendo em uma casa materna, onde os laços familiares se entrelaçam com memórias e vivências, percebo que minha identidade estética foi fortemente moldada por essas referências.

Em última análise, este trabalho visa contribuir para um entendimento mais amplo da moda como um fenômeno que dialoga com a memória e a experiência humana, buscando-se compreender como a moda serve como um catalisador para a evocação de memórias, permitindo uma conexão entre o passado e o presente.

2 MODA, ROUPAS E MEMÓRIA

A nossa relação com a roupa é paralela à nossa existência, uma vez que uma das primeiras coisas que temos contato quando nascemos é uma pequena roupa que nos envolve. Uma vestimenta que é cuidadosamente escolhida e pensada para eternizar um momento tão especial: dar boas-vindas a uma nova vida que chega ao mundo.

Usar uma peça de roupa vai muito além de sua utilidade básica: ela pode ser uma extensão de nós mesmos, um meio de comunicação, expressão de estilo, identidade e até mesmo emoções. Em seu ensaio “O Casaco de Marx”, Peter Stallybrass (2008) explora a ideia de que as roupas transcendem a função puramente material, moldando-se a nossa identidade e carregando memórias, são mediadoras entre o passado e o presente. Segundo ele, “a mágica da roupa está no fato de que ela nos recebe: recebe nossos cheiros, nosso suor, até mesmo nossa forma” (STALLYBRASS, 2008, p.14).

As roupas são testemunhas do tempo, elas carregam consigo histórias e emoções que as conferem um tom memorialístico. Deixamos nossa marca em cada peça que vestimos, seja por uma mancha no tecido, pelo puído no punho de um suéter ou na modelagem que se desgasta com o passar do tempo. Assim, as roupas não são apenas vestimentas, mas sim portadoras de histórias que perduram, conectando passado e presente de maneira profunda e significativa. Como enfatiza Roland Barthes (1979):

A roupa não é apenas um objeto de um fenômeno efêmero que é a moda, mas ela resiste aos corpos, os corpos vêm e vão e elas sobrevivem. A roupa veste o seu próprio ‘eu’, usando o corpo em sua forma mais pura e por uma espécie de tautologia remete ao próprio vestuário (BARTHES, 1979, p. 245).

Além disso, nossa marca não se fixa apenas na materialidade da roupa, mas também em sua imaterialidade. As lembranças que colecionamos ao longo da vida se entrelaçam com o vestir, pois as roupas evocam sentimentos e recordações que nos transportam a momentos significativos de nossas vidas; elas têm o poder de narrar e contar nossas histórias. Luciana Andrzejewski (2015) reitera que:

A moda, mais do que qualquer outro objeto, é o que está mais próximo da gente. A partir da roupa ou do acessório, podemos lembrar com precisão momentos importantes que estiveram relacionados a algum momento da nossa história pessoal (ANDRZEJEWSKI, 2015, p. 89).

Peter Stallybrass (2008) afirma que a roupa é um tipo de memória e ainda que pensar sobre ela “significa pensar sobre a memória, mas também sobre o poder e a posse” (STALLYBRASS, 2008, p.16).

A memória é a capacidade do cérebro de armazenar, reter e recuperar informações e experiências. Ela desempenha um papel fundamental na formação da nossa identidade e afeta, em diferentes graus, nossas ações cotidianas. Além disso, ela está interligada a outras funções cerebrais cruciais, como a função executiva e o aprendizado. Mesmo sem nos darmos conta, estamos sempre utilizando esse recurso cognitivo valioso.

A memória está presente em tudo e todos. Nós somos tudo aquilo que lembramos; nós somos a memória que temos. A memória não é só pensamento, imaginação e construção social; ela é também uma determinada experiência de vida capaz de transformar outras experiências a partir de resíduos deixados anteriormente (SANTOS, 2003, p. 25).

De acordo com Candau (2012), a memória desempenha um papel fundamental na formação das identidades, pois contribui para sua construção. Por sua vez, essa identidade influencia as predisposições dos indivíduos, levando-os a incorporar determinados aspectos do passado e a selecionar quais memórias valorizar.

Nós somos a soma de nossas memórias. É a partir delas que vamos construindo nossa identidade, e esse processo é intrinsecamente ligado à maneira como nos expressamos, inclusive por meio da moda. As escolhas que fazemos em relação ao que vestimos muitas vezes refletem não apenas nossas preferências pessoais, mas também as experiências que vivemos, as influências culturais que absorvemos e as memórias que guardamos.

A moda serve como uma forma de comunicação não verbal, permitindo que expressemos quem somos e como nos sentimos em relação ao mundo. Paulo Debrom salienta que “...o indivíduo se coloca no mundo por meio do seu corpo vestido. Os trajes e acessórios que o cobrem são escolhas ou imposições que se constituem em discursos que formam seu visual” (DEBROM, 2016, p. 30). Assim, a moda se torna um meio de materializar nossas memórias e, ao mesmo tempo, de construir novas narrativas sobre nossa identidade.

Além disso, a forma como nos vestimos pode ser uma maneira de resistir ou se adaptar às mudanças sociais e culturais. As memórias que temos de épocas passadas, estilos que admiramos ou movimentos que apoiamos influenciam nossas

escolhas atuais. Ou seja, a moda não é apenas uma questão de estética, mas um reflexo da nossa trajetória pessoal e coletiva.

Há diversos autores e linhas de pensamento sobre o fenômeno moda. Para Baldini (2006, p. 34), “a moda é fruto do amadurecimento da afirmação do eu, da valorização social do indivíduo, da sua personalidade”.

Nesse sentido, a memória e a moda interagem de forma dinâmica, contribuindo para a construção de uma identidade que é ao mesmo tempo única e coletiva, moldada por um passado que se entrelaça com o presente, e que continua a evoluir à medida que novas experiências e memórias se acumulam.

2.1 RESGATE AO PASSADO

A moda constantemente volta ao passado para se inspirar e trazer novas coleções embasadas em momentos históricos ou certos períodos para criar um sentimento de nostalgia, gerar aproximação e conexão através de elementos que não se encontram mais disponíveis no cotidiano. É interessante olhar para as possibilidades de reinventar uma peça de roupa evocando memórias e fazendo associações imediatas. Como exemplo, o traje apresentado por *Christian Dior* em 12 de fevereiro 1947, em sua primeira coleção denominada “Corolle”, que revolucionou a moda após a Segunda Guerra Mundial, intitulado pela editora *Carmen Snow* como “*New Look*”, nome pelo qual ficou popularmente conhecido.

A nova silhueta apresentada por Dior se tornou motivo de fascínio entre as mulheres da época, pois resgatava a feminilidade após anos de austeridade dos tempos de guerra. O *Tailleur Bar* (Figura 1) é composto por um casaco de *shantung* marfim fechado com cinco botões e uma saia de lã preta plissada, valorizando a silhueta, bem como conferindo simplicidade e elegância.

Figura 1 - O *Tailleur Bar*, fotografado em 1955



Fonte: Willy Maywald (1955).

Como na própria *Maison Dior* continuam a reinventar o *New Look* (Figura 2), outras pessoas também se inspiram no traje para criar novos conceitos. A influenciadora Malu Borges foi uma que se inspirou no *Tailleur Bar* para sua fantasia no Baile de Carnaval da Vogue 2025, como mostra na Figura 3. Mesmo com uma nova abordagem, além de novas texturas e cores, quando observamos a produção dela, conseguimos visualizar perfeitamente a referência ao *New Look*.

Figura 2 - Looks do inverno 2022/23: exercícios de Maria Grazia Chiuri sobre a tradicional silhueta da Maison



Fonte: Christian Dior (2022).

Figura 3 - Malu Borges para o Baile da Vogue 2025



Fonte: Malu Borges (2025).

Ainda sobre o viés de resgatar e evocar memórias, a apresentação do *New Look* também foi marcada por um cheiro que se tornou a assinatura do desfile, o *Miss Dior*. Mas apenas em 4 de março a *Parfums Christian Dior* é fundada, e o seu primeiro perfume, *Miss Dior*, é comercializado em dezembro.

O resgate de memórias e vivências particulares inspiram a criação de uma moda autoral, carregada de significados que se entrelaçam em cada trama do tecido. Pois como afirma Sue Jenkyn Jones:

As roupas antigas são admiradas não só pelo tratamento artesanal e o cuidado com os detalhes quase impossível de se obter hoje em dia, mas também porque despertam um sentimento de nostalgia por estilos de vida que já se foram. O aspecto “emocional” das roupas é um elemento importante do design (JONES, 2005, p. 24).

A estilista Cris Barros, desenvolveu em 2017 uma coleção de inverno que resgata as memórias afetivas (Figura 4). A coleção AW17 contempla peças fluidas, cores sóbrias com alguns pontos de cor e estampas inspiradas em porcelanas da cristaleira da avó, evocando momentos vividos e que se fixam em nossa memória afetiva.

Figura 4 - Cris Barros apresenta a AW17, sua coleção de inverno para 2017



Fonte: Nicole Heiniger (2017).

Salvatore Ferragamo também se apropriou de memórias afetivas para lançar a coleção, nomeada *Tornabuoni 1927*, conforme apresentado na Figura 5. A coleção é uma homenagem à vila *Tornabuoni*, na Itália, onde fica a sede da marca. O ano de 1927 marca o retorno de Ferragamo ao país europeu após seu sucesso em *Hollywood*. Os produtos da coleção são acessórios como carteiras, mochilas e bolsas confeccionadas em couro e *nylon*.

Figura 5 - *Tornabuoni 1927*: Salvatore Ferragamo relembra sua história em coleção



Fonte: Portal Jeferson Almeida (2020).

A moda não é apenas uma escolha estética; ela é carregada de significados emocionais que evocam lembranças e sentimentos. Cada peça que usamos pode nos remeter a momentos especiais, pessoas queridas ou fases marcantes de nossas vidas, criando um laço íntimo entre o que vestimos e as memórias que guardamos. Como aponta Lars Svendsen, “as roupas são uma parte vital da construção social do eu” (SVENDSEN, 2010, p.20).

Através da escolha de roupas e estilos, somos capazes de reviver e honrar nossas histórias pessoais, ao mesmo tempo em que nos conectamos com os contextos culturais e sociais que nos cercam.

Portanto, não podemos desassociar moda e memórias afetivas, pois uma complementa a outra. A moda serve como um veículo para a expressão de nossas vivências, enquanto que as nossas memórias enriquecem e dão significado às nossas escolhas de vestuário. Juntas, elas formam um elo que nos ajuda a entender quem somos e como nos situamos no mundo, revelando a complexidade e a beleza da nossa jornada pessoal.

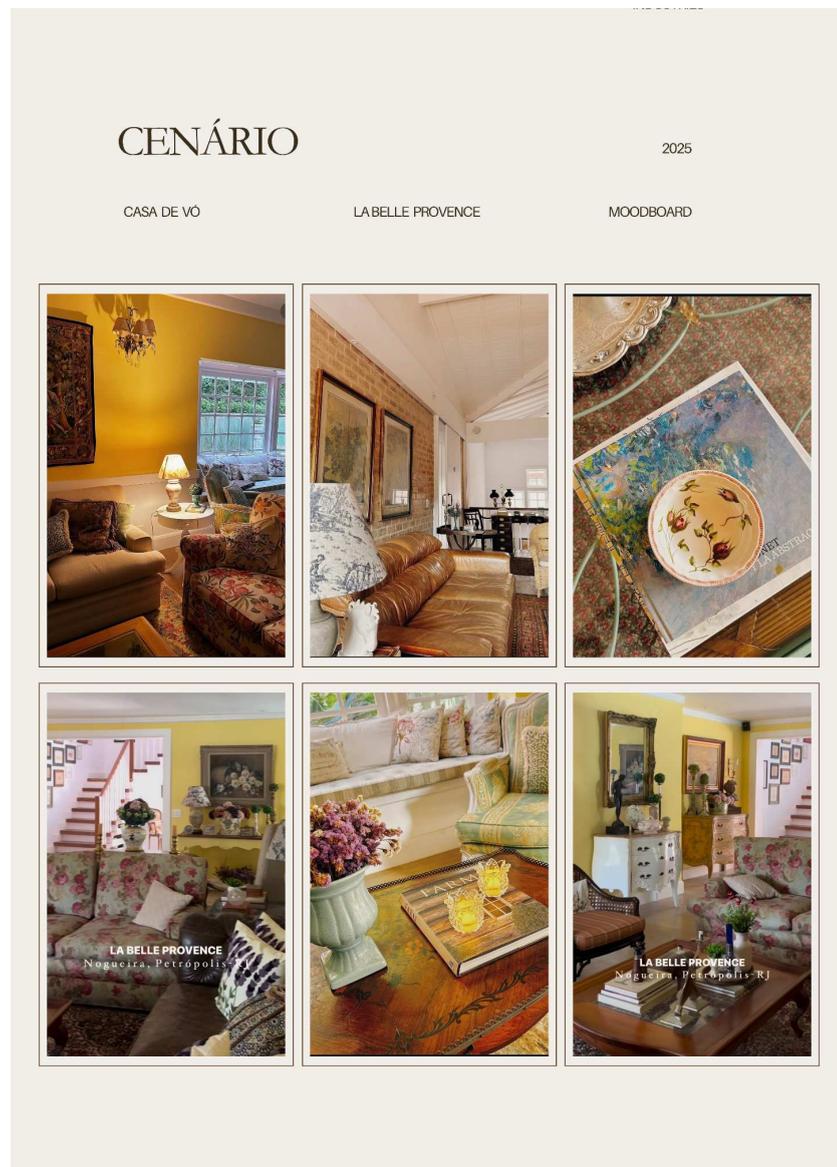
3 A PRODUÇÃO

O objetivo deste estudo foi a criação de uma produção e um catálogo de moda que celebrem a profunda conexão entre a moda e as memórias afetivas, buscando resgatar a essência da casa materna e a beleza das experiências vividas em seu seio.

3.1 LOCAÇÃO

O primeiro passo para a execução da produção de moda foi a escolha da locação. A ambientação se torna um pilar para a criação de todo o conceito, pois o cenário é fundamental para nos conectar com a essência do tema: Casa Materna. A ideia é trazer uma estética *vintage*, antiga, casa com “cara de vó”, mas que mantivesse um tom profissional, de editorial de moda. Por isso, o cenário escolhido foi a pousada *La Belle Provence*, localizada no bairro Nogueira, em Petrópolis, Rio de Janeiro (Figura 6).

Figura 6 - Prancha iconográfica de locação para o editorial



Fonte: Autoria própria (2025).

A produção foi realizada no dia 13 de fevereiro de 2025. Nos deslocamos de Juiz de Fora até Petrópolis e contabilizamos, ao todo, 10 horas de execução, contando maquiagem, cabelo, deslocamento, produção e ensaio fotográfico. Alguns detalhes da preparação para o ensaio fotográfico são mostrados nas Figuras 7 e 8.

Em relação à modelo escolhida, optou-se pela própria autora do trabalho, por se tratar de um trabalho focado nas experiências individuais e subjetivas da mesma, sendo ela, assim, o rosto da produção.

Figura 7 - Preparação para o ensaio Fotográfico



Fonte: Autoria própria (2025).

Figuras 8 - Preparação para o ensaio Fotográfico



Fonte: Autoria própria (2025).

3.1.1 Produção dos *looks*

Foram montados 5 *looks*, pensados para dialogar com o estilo pessoal da autora, sendo todos eles de acervo pessoal. Cada *look* foi idealizado para evocar uma lembrança e resgatar memórias afetivas da autora e sua relação com a moda.

A definição dos *looks* foi feita em dois dias. O primeiro foi em 10 de fevereiro de 2025 em uma tarde na casa da avó da autora, Maria Lúcia, juntamente com sua mãe Selma, suas tias Déia, Susette, Elza e Solange, sua prima Karina e uma amiga próxima da família, a Valéria (Figura 9). Incluir estas mulheres na produção é uma

forma de trazer os vínculos maternos que tanto inspiraram este estudo. A roupa se tornou uma ponte para criar laços profundos em família. Este vínculo, que foi baseado no vestuário, vai muito além da materialidade da roupa: através do vestível, inúmeros sentimentos e lembranças foram evocados.

Figura 9 - *Styling dos looks*



Fonte: Autoria própria (2025).

O segundo dia foi em 12 de fevereiro de 2025 com as escolhas finais para o styling.

Figura 10 - *Styling dos looks*



Fonte: Autoria própria (2025).

Figura 11 - *Styling dos looks*

Fonte: Autoria própria (2025).

Figura 12 - *Styling dos looks*



Fonte: Autoria própria (2025).

Para o primeiro *look* (Figura 13), a calça *jeans* foi a protagonista. Uma peça que se tornou indispensável para a autora graças à sua mãe, que tanto amava usar. Esse apreço pela peça se torna parte do seu estilo pessoal e evoca sentimentos e memórias as quais ela deseja eternizar. Um gosto passado de mãe para filha.

Figura 13 - Look 1: jeans



Fonte: Autoria própria (2025).

No *look 2*, o tricô se tornou destaque, através de uma peça antiga do acervo pessoal da mãe da autora, e que dialoga com seu estilo pessoal. Para o *styling*, optou-se por jogá-lo por cima dos ombros, ornando com o vestido preto, longo e com decote nas costas, trazendo referências do estilo da autora, mesclando perfeitamente o estilo das duas em um só *look*, como mostra a Figura 12.

Figura 14 - Look 2: tricô



Fonte: Autoria própria (2025).

No terceiro *look*, trouxemos uma referência a um episódio que aconteceu na infância da autora junto com sua avó (Figura 16). Ela conta que:

Quando eu era pequena, minha relação com a roupa era bastante restrita. Tinha aflição de costuras, como overloque, bordados, *lastex* e blusas como cacharel. Eu ficava com a minha avó à tarde, após minha escola e sempre continuava com meu uniforme por ser uma roupa que me era confortável. Minha avó sempre me chamava atenção porque eu não deveria ficar com o

uniforme e sujá-lo, pois no outro dia iria ter que usar novamente. Como eu não levava nenhuma outra roupa de casa, ela decidiu comprar algumas e deixar em uma gaveta na casa dela, mas as peças que ela comprou tinham um problema: todas possuíam bordados e costuras na altura do busto, o que me incomodava profundamente. Certo dia, ela me mandou trocar de roupa para almoçar e eu disse que não tinha outra roupa, ela então me mostrou as peças que havia comprado e disse para eu usá-las. Eu me neguei e em protesto tirei meu uniforme e me enrolei em um pano de prato. Ela ficou furiosa, mas o final deste desfecho, eu não me lembro. Conto esta história hoje para minha vó e ela não se recorda e morre de rir com a situação. Mas a blusa que ela me deu ainda está guardada. Em um dos momentos mais difíceis, ela se tornou uma roupa “conforto” a qual eu pude abraçar, cheirar, e lembrar da minha avó guardando vivo em minha memória momentos vividos junto a ela (OLIVEIRA, 2025).

Figura 15 - Blusa guardada como objeto de memória afetiva



Fonte: Autoria própria (2025).

O *styling* foi feito a partir de um caminho de mesa da avó remetendo ao pano de prato, um xodó na casa materna (Figura 16).

Figura 16 - *Look 3*: pano de prato



Fonte: Autoria própria (2025).

Os *looks* quatro e cinco (Figuras 17 e 18) trazem elementos que nos lembram a sensação da casa materna. Estampa floral, crochê, peças que dialogam com as inspirações e preferências da autora.

Figura 17 - Look 4: flores



Fonte: Autoria própria (2025).

Figura 18 - look 5: crochê



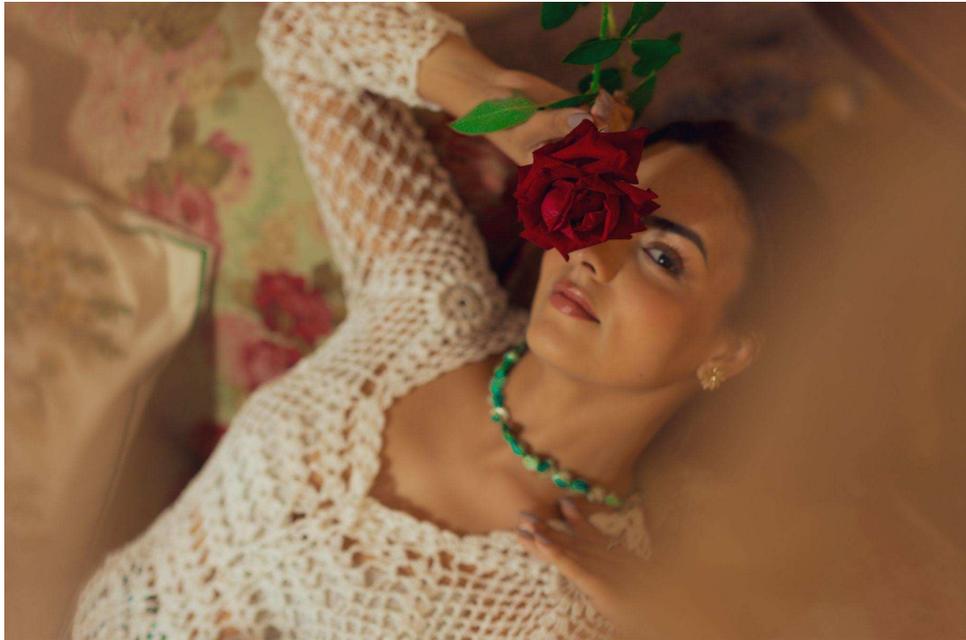
Fonte: Autoria própria (2025).

No *styling* não foi utilizado nenhum sapato, a ideia era trazer a sensação de um lugar comum, aconchegante, uma tarde na casa de vó onde esquecemos do mundo lá fora e vivemos intensamente o momento.

Para entrelaçar os 5 *looks*, pensamos em usar um elemento de flor em cada *styling*, seja por meio de acessórios, do cenário ou mesmo da própria roupa (Figuras

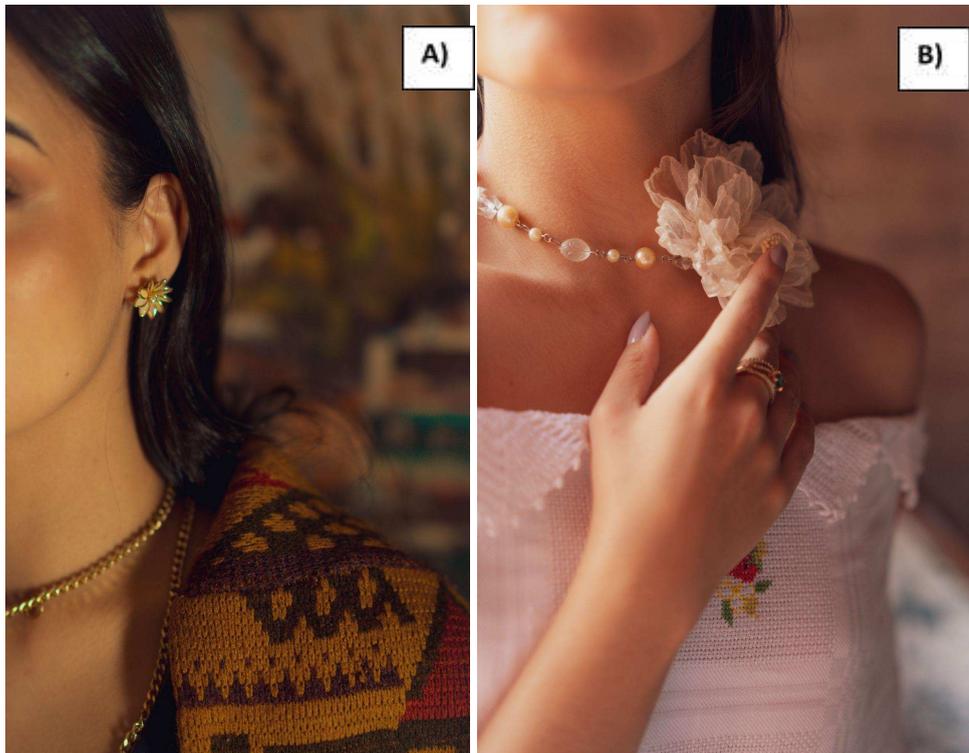
10, 20 e 21). As flores são símbolos da casa materna, que mãe ou avó não tem, no mínimo, uma flor em seu quintal?

Figura 19 – A flor como elemento de *styling* no Look 1



Fonte: Autoria própria (2025).

Figura 20 – A flor como elemento de *styling* nos Looks 2 (A) e 3 (B)



Fonte: Autoria própria (2025).

Figura 21 – A flor como elemento de *styling* nos Looks 4 (A) e 5 (B)



Fonte: A autoria própria (2025).

Em um outro momento, a autora conta também de uma experiência que viveu e a roupa se tornou um ponto de apoio e consolo, segundo ela:

Quando eu tinha por volta de uns onze, doze anos de idade, costumava ficar sozinha em casa até o horário de ir para a escola. Ficar sozinha nunca foi um empecilho para mim, muito pelo contrário, sempre foi algo que eu gostava. Em um certo dia, um sentimento de tristeza me invadiu e comecei a chorar com saudade da minha mãe. Antes mesmo de ligar para ela e escutar sua voz, a primeira coisa que veio em minha mente foi abrir o guarda-roupas e sentir o cheiro das roupas de minha mãe. Ao fazer isso, me senti mais próxima dela e algo através das roupas, supriu, mesmo que momentaneamente, o sentimento de saudade (OLIVEIRA, 2025).

Trouxemos também, uma lata antiga com botões diversos (Figura 22). Tal objeto sempre despertou curiosidade na autora e se tornou parte da memória afetiva da mesma, quando ela pensa nos tempos de infância vividos na casa de sua avó.

Figura 22 - Lata de botões



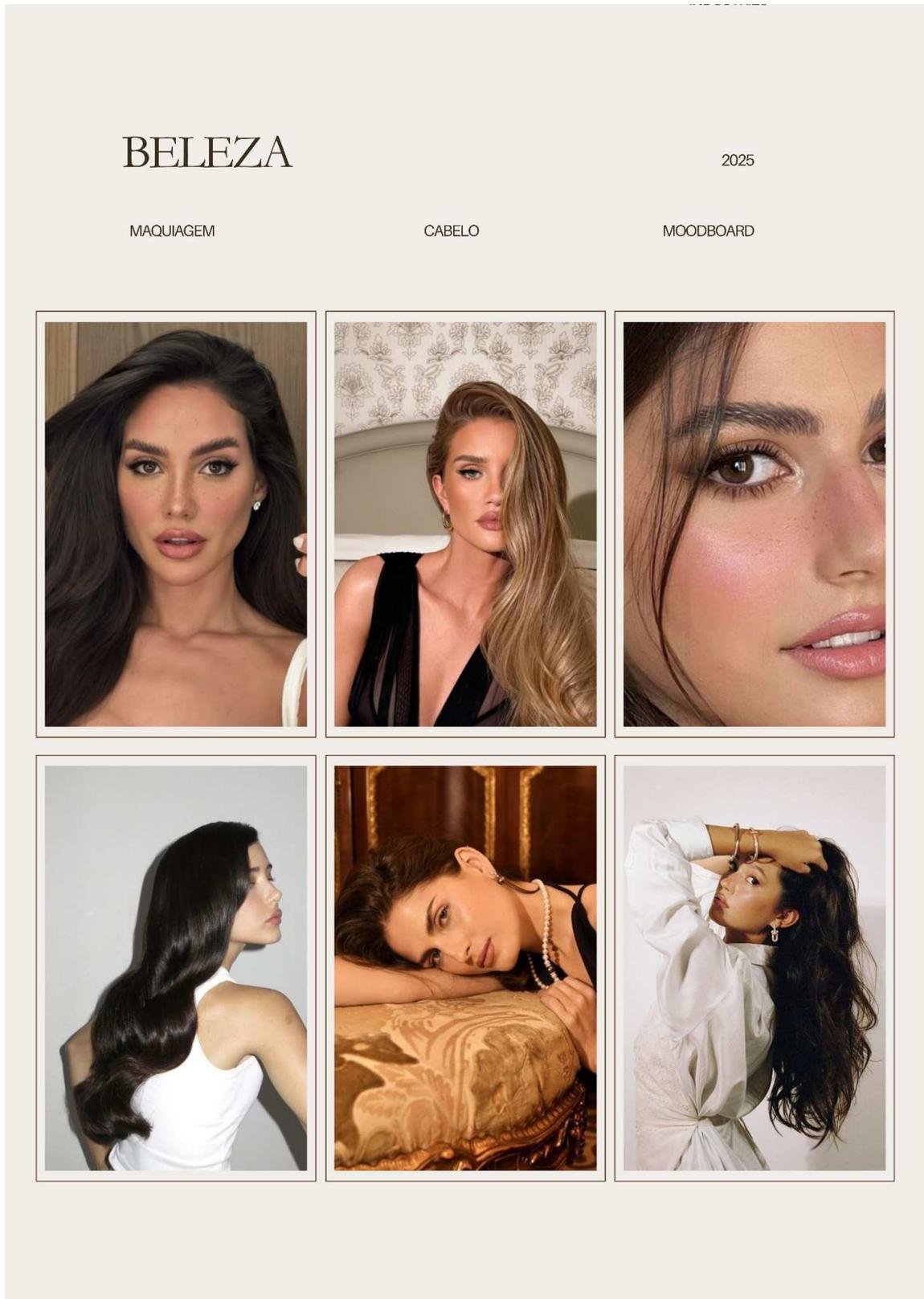
Fonte: Autoria própria (2025).

3.1.2 Beleza

A maquiagem foi assinada pela sobrinha da autora, Emanuelle Luiza. A escolha da maquiagem foi baseada no gosto pessoal e na cartela de coloração pessoal da modelo (Figura 23). Além do dia da produção, foi feito um teste de maquiagem para definir as escolhas de cores, técnicas e produtos que seriam usados no dia do ensaio (Figura 24).

Para o cabelo, optou-se por um sutil ondulado para dar movimento e leveza à produção, dialogando também com o gosto da modelo.

Figura 23 - Prancha de beleza



Fonte: Autoria própria (2025).

Figura 24 - Maquiagem para o ensaio



Fonte: Autoria própria (2025).

3.1.3 Acessórios

Os acessórios foram escolhidos para harmonizar com a beleza e peças escolhidas. Há muita presença de flores, servindo como um elo entre os *looks*. As peças foram do acervo da autora e de sua família. Apesar de terem sido provados antes nos *looks*, optamos por seguir de forma mais orgânica e usar os acessórios de acordo com as percepções do dia do ensaio (Figura 25).

Figura 25 – Acessórios utilizados na construção dos looks

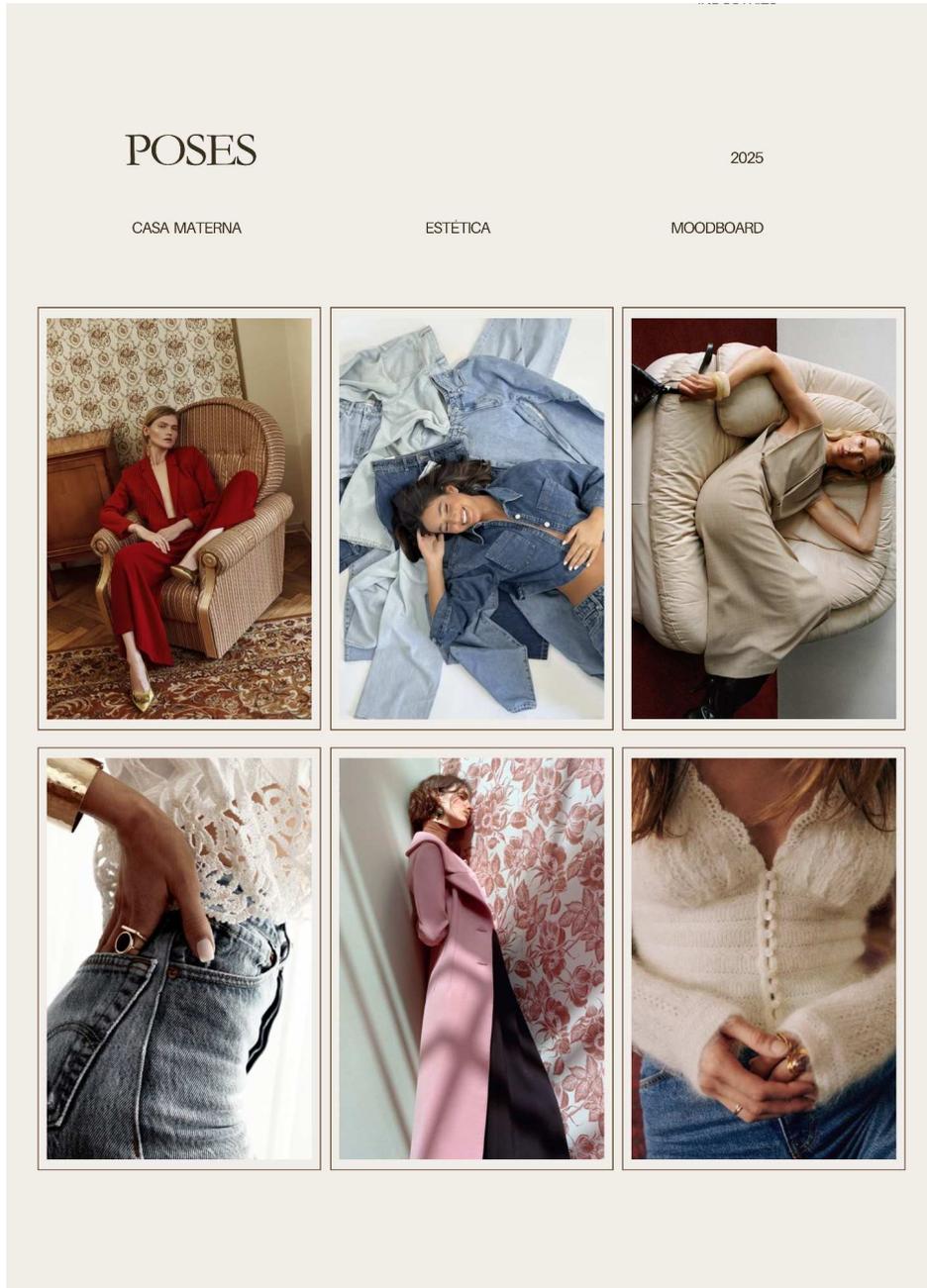


Fonte: Autoria própria (2025).

3.1.4 Pose

As poses, como indicadas na Figura 26, foram pensadas para mesclar conforto, fluidez e descontração, ao mesmo tempo que mantivesse um caráter *fashionista*, remetendo a um editorial de moda.

Figura 26 – Inspirações para as poses



Fonte: Autoria própria (2025).

4 CATÁLOGO

Buscou-se fazer um catálogo inspiracional com o nome “Casa Materna”, resgatando imagetivamente a essência da casa de vó, com todo o seu charme e opulência. O termo “Casa Materna” se refere às experiências comuns na casa de quem é mãe, da decoração à comida, sempre há algo comum e particular na casa de uma mãe. É isso que as torna tão convidativas e especiais.

4.1 CATÁLOGO INSPIRACIONAL “CASA MATERNA”

O catálogo “Casa Materna” celebra a profunda conexão entre a moda e as memórias afetivas que nos definem. Neste espaço, cada peça é mais do que um item de vestuário; é um elo com o passado, uma representação de momentos e sentimentos que moldaram minha vida. Através de referências nostálgicas, buscou-se resgatar a essência da casa materna e a beleza das experiências vividas em seu seio. A produção contempla a influência das mulheres que moldaram minha vida, especialmente minha mãe e avó, a qual é apresentada na Figura 27. O nome se inspira também no poema de Vinicius de Moraes, Casa Materna, o qual se torna também paratexto para este catálogo.

Para o conceito imagético do catálogo, foi pensado na estética da casa de vó (Figuras 28 e 29), focando nos elementos primordiais que encontramos nesse local: flores, bibelôs, porta-retratos, capas de almofadas, xícaras, quadros, dentre outros elementos que tornam única a casa materna.

Figura 27 - Maria Lúcia, avó da autora



Fonte: Autoria própria (2025).

Figura 28 - Casa da avó da autora



Fonte: Autoria própria (2025).

Figura 29 - Casa da avó da autora



Fonte: Autoria própria (2025).

O catálogo está disponível no site Heyzine, com a data de publicação registrada em 08 de março de 2025. O link para acesso ao catálogo se encontra nas referências deste trabalho.

4.1.2 Looks

Foram projetadas entre 2 e 4 páginas por *look* no catálogo, focando em uma foto de corpo inteiro, uma ressaltando detalhes, e outra mais próxima ao rosto.

4.1.2.1 Look 1

Figura 30 - Catálogo *look* 1



Fonte: Ana Carla da Silva (2025).

Figura 31 - Catálogo *look 1*



Fonte: Ana Carla da Silva (2025).

Figura 32 - Catálogo *look 1*

Fonte: Ana Carla da Silva (2025).

4.1.2.2 Look 2

Figura 33 - Catálogo *look 2*

Fonte: Ana Carla da Silva (2025).

Figura 34 - Catálogo *look 2*

Fonte: Ana Carla da Silva (2025).

Figura 35 - Catálogo *look 2*

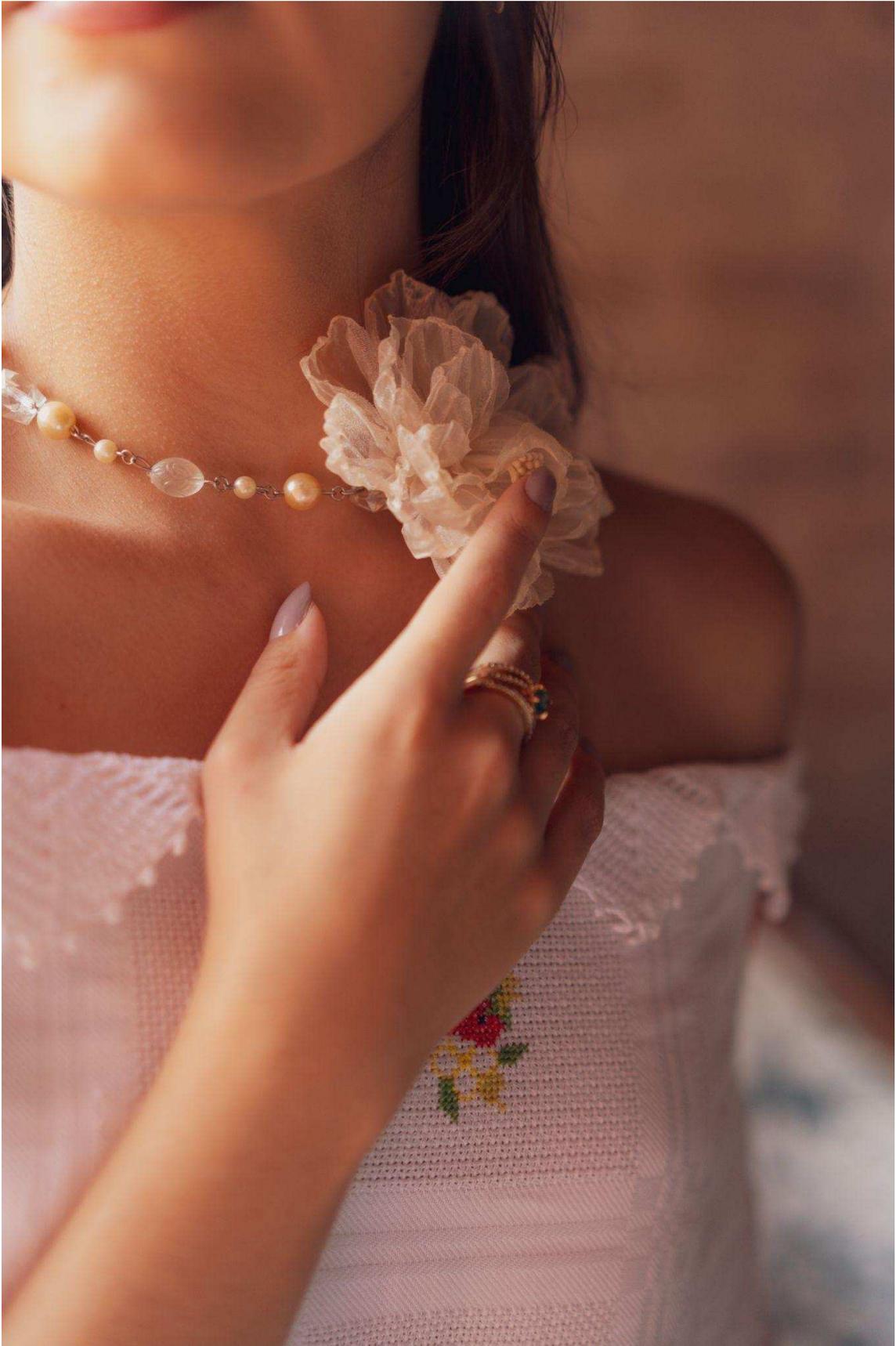
Fonte: Ana Carla da Silva (2025).

4.1.2.3 Look 3

Figura 36 - Catálogo look 3



Fonte: Ana Carla da Silva (2025).

Figura 37 - Catálogo *look 3*

Fonte: Ana Carla da Silva (2025).

Figura 38 - Catálogo *look 3*

Fonte: Ana Carla da Silva (2025).

4.1.2.4 Look 4

Figura 39 - Catálogo *look 4*

Fonte: Ana Carla da Silva (2025).

Figura 40 - Catálogo *look 4*



Fonte: Ana Carla da Silva (2025).

Figura 41 - Catálogo look 4



Fonte: Ana Carla da Silva (2025).

Figura 42 - Catálogo *look 4*

Fonte: Ana Carla da Silva (2025).

4.1.2.5 Look 5

Figura 43 - Catálogo look 5



Fonte: Ana Carla da Silva (2025).

Figura 44 - Catálogo *look 5*

Fonte: Ana Carla da Silva (2025).

Figura 45 - Catálogo *look 5*

Fonte: Ana Carla da Silva (2025).

Figura 46 - Catálogo *look 5*

Fonte: Ana Carla da Silva (2025).

Figura 47 - Catálogo *look 5*

Fonte: Ana Carla da Silva (2025).

Figura 48 - Participantes do catálogo



Fonte: Autoria própria (2025).

Figura 49 - Ficha técnica do catálogo



Ficha Técnica

Direção Criativa, Styling e Produção Geral:
Maria Eduarda Amaral (@dudamarals_)

Assistente de Produção:
Emanuelle Luiza (@emanuelleramote)

Fotografia:
Ana Carla (@anacarlalens)

Assistente de Fotografia:
Marcos Dianin (@marcosdianinn)

Edição de Imagem:
Ana Carla (@anacarlalens)

Modelo:
Maria Eduarda Amaral (@dudamarals_)

Maquiagem:
Emanuelle Luiza (@emanuelleramote)

Diagramação:
Gabriel Delarue (@gabrieldelarue_dg)

Locação:
Pousada La Belle Provence (@pousadalabelleprovence)

Agradecimento especial:
Danielle Ramote, Selma do Amaral
e Evandro Luiz.

5 CONCLUSÃO

Este trabalho investigou a relação entre moda, roupas e memórias afetivas, enfatizando o papel crucial da casa materna como um espaço onde essas conexões se desenvolvem e se fortalecem. Ao longo da pesquisa, ficou claro que as roupas transcendem sua função utilitária, atuando como veículos de recordações que evocam momentos significativos da vida familiar e experiências compartilhadas.

As memórias afetivas associadas a peças de vestuário revelam como as relações estabelecidas no lar materno influenciam a formação da identidade e a construção do eu. As roupas, muitas vezes, servem como símbolos de amor, proteção e ensinamentos transmitidos pelas figuras maternas, criando laços emocionais que perduram ao longo do tempo. Cada peça carrega consigo histórias que vão além do tecido, refletindo valores, tradições e vivências que moldam a percepção de si e do mundo.

Além disso, a pesquisa destaca a importância de reconhecer a moda como uma forma de expressão que dialoga com as experiências pessoais e coletivas. As escolhas de vestuário são frequentemente influenciadas por memórias, e essa conexão pode ser um recurso poderoso para resgatar e celebrar a história familiar.

Portanto, a relação entre moda e memórias afetivas é um campo rico e multifacetado, que merece ser explorado em suas diversas dimensões. Esta pesquisa não apenas contribui para o entendimento dessa relação, mas também abre caminhos para futuras investigações que aprofundem a influência da moda nas experiências emocionais e nas dinâmicas familiares, reafirmando a casa materna como um espaço de formação e significado.

REFERÊNCIAS

BALDINI, Massimo. **A Invenção da moda**: as teorias, os estilistas, a história. Lisboa: Edições 70, 2006.

BARROS, Cris. **Cris Barros**: coleção de inverno resgata memória afetiva. 2017. Disponível em: <<https://ederepente50.wordpress.com/2017/06/16/112072/>> Acesso em: 02 fev. de 2025.

BARTHES, Roland. **O sistema da Moda**. São Paulo: Martins Fontes, 2009.

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

DEBROM, Paulo. A moda como objeto do pensamento. **Veredas da História**. v.9, n.1, 2016, p. 23-47.

DIOR. **Bar, alta-costura Primavera-Verão 1947, linha Corolle**. Disponível em: <<https://www.galeriedior.com/pt-BR/mini-stories/taillieur-bar-simbolo-new-look>> Acesso em: 06 mar. de 2025.

FERREIRA, Diêgo Jorge Lobato. A moda pelo viés da memória: das passarelas para o museu. **Anais do evento Moda Documenta: Museu, Memória e Design**. São Paulo, 2015.

JONES, Sue Jenkyn. **Fashion design**: manual do estilista. São Paulo: Cosac Naify, 2005.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero**: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

LOPES, Jéssica Bitencourt. **Roupas como pontes de memórias afetivas**. 2017. Monografia (Licenciatura em História) – Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, 2017.

OLIVEIRA, Maria. **Catálogo Inspiracional Casa Materna**. 2025. Disponível em: <<https://heyzine.com/flip-book/6877a25603.html>>

SANTOS, Myrian Sepúlveda dos. **Memória Coletiva & Teoria Social**. São Paulo: Annablume, 2003.

SILVEIRA, Laiana Pereira da, Moda e Memória: A importância da vestimenta para a construção de memórias afetivas. **Revista Eletrônica de Moda**, v. 6, n. 1, set. 2018, p. 90-101.

STALLYBRASS, Peter. **O casaco de Marx**. Belo Horizonte: Autêntica, 2008.

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