



SEÇÃO: MÍDIA E CULTURA

Intimidade e nostalgia na produção de moda íntima: imaginário e memória nas inspirações da WGSN

Intimacy and nostalgia in intimate fashion production: Imaginary and memory in the inspirations of WGSN

Intimidad y nostalgia en la producción de ropa interior: imaginario y memoria en las inspiraciones de WGSN

Elton Luiz Gonçalves¹

orcid.org/0000-0002-0506-8210
eltonluizgoncalves@gmail.com

Suellen Cristina Vieira²

orcid.org/0000-0003-3121-2316
suellen_zimba@hotmail.com

Heloisa Juncklaus Preis Moraes²

orcid.org/0000-0003-2038-7022
heloisa.moraes@ulife.com.br

Mário Abel Bressan

Júnior²

orcid.org/0000-0002-8309-1723
mario.bressan@ulife.com.br

Recebido em: 3 maio 2023.

Aprovado em: 25 mar. 2024.

Publicado em: 22 jul. 2024.

Resumo: A pesquisa refletiu a compreensão no uso das memórias nostálgicas como uma importância significativa na produção do *trend report* Previsão P/V 23: moda íntima – Mundo Interior (2022) da *trend forecasting* WGSN. Nos despertou o interesse nesta análise como a moda contempla o tempo como arranjo estético e, neste particular objeto, como ela recorre, viaja constantemente aos quadros do passado para destemporalização da lembrança e propor uma perspectiva de futuro, uma tendência em um novo momento, se não mais que afetivo e poético. Para isso, nos movemos em um alinhamento entre o conceito de memória e a nostalgia como uma particularidade de rememoração querenciosa que reconduz o estado da alma à contemplação e ao contentamento, para correlacionar nossa observação aos conceitos e às tendências do *trend report* explorado. Também, como segunda etapa, e pelo viés da Teoria do Imaginário em Durand (2012), nos interessou no mesmo relatório P/V 23 da WGSN, demonstrar que, no repertório das tendências, dos *insights* mapeados, existe uma constelação de imagens, em especial da intimidade, incondicionalmente determinada pelas estruturas antropológicas do imaginário, sobretudo, ao regime noturno das imagens.

Palavras-chave: memória; imaginário; moda; tendência; nostalgia.

Abstract: The research reflected the understanding of the use of nostalgic memories as a significant importance in the production of the trend report Previsão P/V 23: moda íntima – Mundo Interior (2022) of the trend forecasting WGSN. We were interested in this analysis as fashion contemplates time as an aesthetic arrangement and, in this particular object, as it uses, it constantly travels to the paintings of the past to detemporalize the memory and propose a perspective of the future, a trend in a new moment, if not more than affective and poetic. For this, we move in an alignment between the concept of memory and nostalgia as a particularity of wishful remembrance that brings the state of the soul back to contemplation and contentment, to correlate our observation with the concepts and trends of the explored report. Also, as a second stage, and through the Theory of the Imaginary in Durand (2012), we were interested in the same report P/V 23 from WGSN, to demonstrate that, in the repertoire of trends, of mapped insights, there is a constellation of images, especially of intimacy, unconditionally determined by the anthropological structures of the imaginary, mainly, to the nocturnal regime of the images.

Keywords: memory; imaginary; fashion; trend; nostalgia.



Artigo está licenciado sob forma de uma licença
[Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

¹ Centro Universitário (UniSATC), Criciúma, SC, Brasil.

² Universidade do Sul de Santa Catarina (Unisul), Tubarão, SC, Brasil.

Resumen: La investigación reflejó la comprensión en el uso de los recuerdos nostálgicos como una importancia significativa en la producción del informe de tendencias Previsão P/V 23: moda íntima – Mundo Interior (2022) del trend forecasting WGSN. Este análisis despertó nuestro interés en cómo la moda contempla el tiempo como un arreglo estético y, en este objeto en particular, al ser recurrente, viaja constantemente a imágenes del pasado para destemporalizar recuerdos y proponer una perspectiva de futuro, una tendencia en un nuevo momento, si no más que afectivo y poético. Para ello, nos movemos en un alineamiento entre el concepto de memoria y nostalgia como peculiaridad del recuerdo afectuoso que devuelve el estado del alma a la contemplación y al contento, para correlacionar nuestra observación con los conceptos y tendencias del informe de tendencias explorado. También, como segundo paso, y por el sesgo de la Teoría de lo Imaginario de Durand (2012), nos interesó el mismo informe WGSN P/V 23, para demostrar que, en el repertorio de tendencias, de insights mapeados, hay una constelación de imágenes, en la intimidad, incondicionalmente determinadas por las estructuras antropológicas del imaginario, sobre todo, al régimen nocturno de las imágenes.

Palabras clave: memoria; imaginario; moda; tendencia; nostalgia.

Introdução

*"A memória guardará o que valer a pena. A memória sabe de mim mais que eu; e ela não perde o que merece ser salvo".
(Eduardo Galeano)*

Para abordar um prefacial conceito de memória, recorreremos a Ferreira (1989) como a facultade de reter ideias ou reutilizar sensações, impressões ou quaisquer informações adquiridas anteriormente, uma representação imaginante que (re)arranja fragmentos do passado, lembranças, recordações e reconstruções de outrora manifestadas no presente. A memória é uma paisagem do tempo distante, uma imagem que organiza esteticamente a recordação, como nos coloca Durand (2012, p. 403), "magia vicariante pela qual um fragmento do passado pode resumir e simbolizar a totalidade do tempo reencontrado". Nessa orientação, entendemos que a memória exerce papel motor na possibilidade ou na potencialidade de síntese entre uma representação do passado com a afetividade no presente, recordação que pode ainda ampliar uma saudade enraizada no mais profundo e longínquo tempo, configurando-se como um

dispositivo do imaginário.

Neste estudo, nos interessa a relação entre o imaginário, a memória e a produção de moda íntima. Por vezes esquecidas, quando se presume apenas básicas, umas escondidas por debaixo das demais roupas, outras de uso tão-somente na privacidade do lar, a moda íntima tem importância significativa no guarda-roupas por promover, sobretudo, conforto e bem-estar, autoestima e confiança, sem precisar nos estender aqui para as questões de necessidade, saúde e segurança. Nos cabe, neste momento, os sentidos estéticos que podemos explorar com a moda íntima. As roupas que usamos – todas, abrangendo as peças íntimas – constituem parte da expressão de quem somos, da relação com o nosso corpo, nosso zelo, e com os nossos gostos. "A moda íntima é a forma como a mulher [e acrescentamos que também o homem] demonstra o amor-próprio. É a segunda pele, a maneira que a gente se comunica com nosso corpo", corrobora Loretto (2019). A moda íntima tem papel importante no comportamento do consumidor, para além das necessidades funcionais e das expectativas básicas de uso, pode ser carregada de significações, afetos, recordações e, por que não inferir, um recôndito refúgio? Sob outro enfoque, no dia a dia, a realidade é que as peças íntimas passam a ter relevância e influência no estilo, pois, quando combinadas com outras peças, saem porta afora na composição de bem-postos e sofisticados *looks*. Que os pijamas e os sutiãs nos confirmem tal percepção.

De modo geral, o conceito contemporâneo de moda está, seguramente, vinculado ao conceito da inovação, ou seja, determinada a produzir, introduzir, articular valores, impulsionar a novidade e a diferença, movimento. No entanto, antevemos que a moda contempla o tempo como arranjo estético, isto é, em um jogo de descontinuidades, deslocamentos e novidades, ela recorre, viaja constantemente aos quadros do passado para destemporalização da lembrança e propor uma perspectiva de futuro, capturar os instantes do tempo passado para inspirar e narrar um novo momento, afetivo, se não mais que poético.

Memória e moda, um particularizado encontro que faz, a partir da recordação e da nostalgia, emanar valor criativo a operar atributos a partir do trabalho dos *trendforecasting*, agências, *sites*, *blogs*, plataformas, coletivos etc., que elaboram intrincados, exigentes e valorosos estudos de síntese, direção, estratégia e vanguarda para produtores – e pesquisadores – do setor de moda.

Nosso ponto de partida será, portanto, metodológico, com a utilização dos *reports* de tendências, relatórios que inspiram estratégias e mapeiam *insights* sobre o público consumidor com intuito de orientar e maximizar a assertividade de criações e produções futuras. Toda pesquisa sobre tendência se dá em uma observação de mudanças naquilo que consumidores buscarão em um futuro próximo e o esforço de projetar determinadas referências nestas buscas para, se não mais que, oferecer um sentido de interesse e desejo. As plataformas de *trendforecasting* são incontáveis, sobretudo suas metodologias de pesquisa, de identificação de cenários e elementos-chave do que será *cool* e poderá vir a se tornar uma tendência confirmada. Mas, do que se estabelece de modo procedimental, técnico e científico, em especial como orientação ou predisposição, sobressaem as significações que afetam, contextualizam e dinamizam este momento.

O relatório Previsão P/V³ 23: moda íntima – Mundo Interior (2022), da agência WGSN – o qual, doravante, chamaremos apenas de relatório P/V 23 da WGSN –, se destacou por explorar relações afetivas e imagens simbólicas que apontam inspirações para a intimidade e a nostalgia.

À medida que a turbulência dos últimos anos vai diminuindo, o tema <Mundo Interior> explora de que forma podemos encontrar equilíbrio e felicidade, individual e coletivamente. Aqui, a autoavaliação e a autorrealização caminham de mãos dadas, e várias das inspirações se unem a um anseio por sentido e reconforto, seja através do romantismo de estilos de vida rurais, do conforto de casa, do apelo de lugares distantes ou da nostalgia do passado (WGSN, 2022, p. 1).

Logo, direcionamos nosso olhar não para as questões estruturais do documento, nem mesmo para as sistematizações metodológicas da pesquisa, mas para sua implicação, a relação imagética e imaginante que o relatório P/V 23 da WGSN mobilizou. Quais as relações da memória afetiva e os simbolismos da nostalgia que interpelam, (re)valorizam, (re)significam e resultaram nas indicações de tendência para as produções de moda no relatório P/V 23 da WGSN (2022)? Eis a nossa tarefa: refletir os simbolismos que permeiam as representações da nostalgia e os vínculos da intimidade apresentados pelo particular relatório de tendências para a primavera/verão nas elaborações e produções de moda. Essencialmente, por seus conteúdos movidos como recuperação e/ou reapropriação do passado, enquanto otimização, diálogo e tradução, ele se oferece como indispensável à imaginação criadora na moda.

Neste propósito, os trechos apresentados revelam uma abordagem metodológica que combina elementos da análise textual, da teoria crítica e da interpretação qualitativa. Assim, dividimos o estudo metodologicamente em duas etapas relacionadas, respectivamente, pela nostalgia e a intimidade. Na primeira, como revisão teórica e conceitos fundamentais estudaremos a Memória pela perspectiva das emoções e da afetividade nostálgica – que se manifestam como interação de sentimentos – para correlacionar com as tendências apontadas no P/V 23 da WGSN. Na sequência, como segunda etapa, tratamos da interpretação crítica do relatório de tendências, e nos interessa aqui uma discussão reflexiva para compreender as relações simbólicas da intimidade apresentadas pelo viés da Teoria do Imaginário em Durand (2012), sobretudo para demonstrar que esta intimidade está incondicionalmente determinada pelas estruturas antropológicas do imaginário, em especial, ao regime noturno das imagens.

Esta abordagem metodológica incorpora elementos da teoria crítica e interpretativa, buscando

³ Primavera-Verão 2023.

não apenas descrever os fenômenos observados, mas também entender suas implicações sociais, culturais e psicológicas. Isso é evidente na discussão sobre como as tendências de moda refletem e influenciam a identidade individual e coletiva, bem como nas reflexões sobre o papel da moda na construção de significados e na expressão das sensibilidades e emoções, suas conexões com o imaginário coletivo e os sentimentos evocados pela nostalgia.

Para situar as nossas discussões envolvendo moda, imaginário, memória e nostalgia, no campo comunicacional, voltamo-nos à própria epistemologia da comunicação. Como argumenta Braga (2019), torna-se pertinente ao campo comunicacional ao transcender o senso comum, uma vez que a comunicação não se limita à mera troca de informações, mas se configura como um processo complexo que permeia e constitui a vida social em suas diversas nuances.

Nesse sentido, a comunicação não apenas participa da constituição de campos especializados, mas se torna um elemento fundamental para a compreensão de qualquer aspecto da vida social contemporânea. Dificilmente, hoje, uma análise de qualquer tema – seja política, economia, cultura, educação, entre outros – prescindirá da referência aos meios de comunicação e aos fluxos de informação.

Conforme destaca França (2001), a comunicação atua como um elemento dinamizador dos campos sociais, colmatando e tensionando suas lógicas próprias. Ela se torna um espaço de disputa de sentidos, negociação de valores e construção de identidades, como propomos ao refletir sobre os processos de moda. Portanto, periféricamente estamos refletindo sobre diferentes formas pelas quais a comunicação se manifesta e os seus impactos na sociedade, permitindo-nos compreender como a comunicação molda nossa percepção do mundo, influencia nossas relações interpessoais e estrutura os diversos campos da vida social.

As observações simultâneas e mútuas que elaboramos aqui dão conta da memória como trama afetiva e linguagem nostálgica compartilhada

socialmente, tanto quanto das constelações de símbolos que convergem para a intimidade no regime noturno das imagens na teoria geral do imaginário, em um conjunto essencial para conduzir e reforçar as capacidades, a sensibilidade e o comprometimento afetivo do leitor – produtor e pesquisador de moda – na interação com este(s) relatório(s). Essa relação entre memória e imaginário tem sido foco das pesquisas em conjunto pelo Grupo de Pesquisas do Imaginário e Cotidiano e pelo Grupo Memória, Afetos e Redes Convergentes, no pressuposto da memória como um dispositivo do imaginário, envolvida por afetos, como veremos a seguir.

1 A memória e os marcadores de nostalgia e afeto

“Muita tinta já se gastou para analisar a experiência do tempo atual. Apesar das tonalidades diversas, pouca atenção tem sido dada à nostalgia. Nos últimos anos, uma série de romances, ensaios e filmes elaboraram cenas nas quais a nostalgia é realçada”.
(Eduardo Ferraz Felipe)

Pensamos com Tedesco (2014), que a unidade da memória reside na intencionalidade das aquisições, nas recuperações, recordações e esquecimentos, e nas transformações. Da imensidão que os estudos da memória se dedicam, vamos, neste espaço, ater-nos a uma fração disso vislumbrando o interesse de estudo no objeto da nossa pesquisa, o relatório P/V 23 da WGSN. Em específico, nos dedicamos em pensar uma cultura nostálgica contemporânea como rememoração que evoca emoção afetiva e que reconduz o estado da alma à contemplação, ao contentamento e à reafirmação. Compreendemos a nostalgia como a valorização do afeto, a rememoração do ponto de vista melodioso, que rasgará o tempo linear – aquele cronológico, e que, nada ou pouco, condiz às memórias afetivas – para intencionalmente articular e se abraçar nas boas lembranças, ampliar e reconstruir, no presente, as emoções sentidas do vivido como bons momentos. Nos corroboram Holbrook e Schindler (1996) que a nostalgia consiste nos fenômenos

relacionados ao tempo, é baseada no *imprinting* geracional, e que representa efeitos no sentido de que as pessoas tendem mais a recordar ou gostar de eventos e/ou objetos associados a momentos mais felizes nos dias de outrora.

Engenhosa, a nostalgia desempenha a função de invocar as boas recordações, mesmo que fragmentadas, na saudade mais agradável do que restou, tem a disposição de evocar a lembrança e reavivar, às vezes não mais que simular, os sentimentos que se julgaram valiosos, portando, revisitados como marcantes. A nostalgia, nos parece, não tem a necessidade, a imposição de (re)colocar um passado em ordem. A constituição de uma memória que busca por salvaguardar a ordenação total e que seja capaz de um inventário, do pensamento classificatório que é preciso dar conta de tudo, nos parece não articular com o conceito de nostalgia, pois, esta é feita das discontinuidades, das interrupções, não mais que inseparável das experiências do afeto.

A memória – nostálgica, como estamos tratando – feita dos fragmentos do passado é a “[...] capacidade ou esforço que as pessoas têm de lembrar através do indiciário, fragmentário retirando o essencial para solucionar as situações de tudo aquilo que compõe suas experiências” (Montysuma, 2019, p. 46). Ou seja, um objeto, uma palavra, um cantinho de um lugar – assim como os lugares de memória (Nora, 1993) – uma imagem, uma música, uma situação, uma pessoa, qualquer elemento, material ou não, poderá vir

a ser um gatilho da rememoração, e exercerá o papel emocional afetivo mediador dessas boas lembranças. A nostalgia, concordando novamente com Holbrook e Schindle (1996), sobretudo quanto ao laço afetivo, enfatiza a preferência (gosto, atitude ou efeito favorável) por experiências relevantes e sentimentos positivos envolvidos a objetos (pessoas, lugares ou coisas) que de alguma forma foram perdidos e que estão, por sua vez, existindo apenas associados às suas memórias.

Esses conjuntos que nos permitimos guardar como memoráveis, os sentimentos bons que nos invadem e fazem recordar um passado saudosista, são mobilizados pelo relatório P/V 23 da WGSN. Nele, estão apresentadas relações de imagens que inspiram tendências apoiadas em conceitos nostálgicos, como realçamos.

No texto que contextualiza com as imagens da seção sobre as tendências do *Artesanal caseiro*, a Figura 1 destaca um trecho específico: “Inspire-se nos estúdios de estamperia [...] Pampa, que produz utensílios para casa e acessórios fabricados em teares por artesãos em regiões remotas da Argentina, incentivando seu trabalho e dando vida a tradições esquecidas” (WGSN, 2022, p. 3), enquanto outra, na sequência indica: “Pegue como referência a Nila House, que revive e conserva artesanatos ecologicamente sensíveis e ameaçados de extinção, como o tingimento natural” (WGSN, 2022, p. 3).

Figura 1 – Tendência *Artesanal caseiro***Artesanal caseiro**

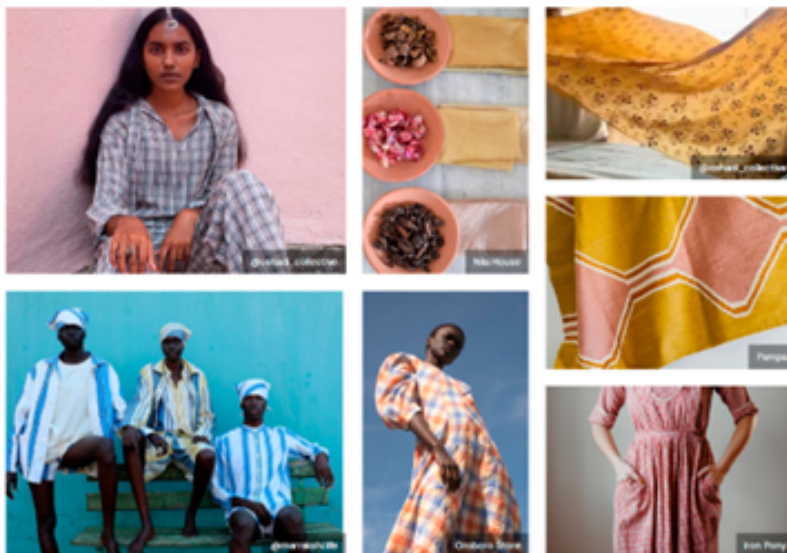
Conceito: belos tecidos feitos à mão criados e tingidos por artistas indígenas estão inspirando os artigos para casa e as roupas de dormir, e eles também trazem ideias para looks usados em casa. Explore as tramas produzidas tradicionalmente em desenhos geométricos simples, xadrez, cacahuete grande e listras grossas com blocos de cores. Obtenha tecidos autênticos ao fazer colaborações e parcerias com comunidades e artesãos locais. Inspire-se nos estúdios de estamparia *Roots*, que faz parceria com artesãos locais para digitalizar seus trabalhos, e *Famga*, que produz utensílios para casa e acessórios fabricados em tearos por artesãos em regiões remotas da Argentina, incentivando seu trabalho e dando vida a tradições esquecidas.

Tecidos e materiais: use linho, cânhamo e algodão certificado GOTS, além de fios com espessura naturalmente irregular. Obtenha algodão *Kala* feito por indígenas e use listras tecidas manualmente, como visto na *Marrakshi Life*, cujos tecidos são feitos por artesãos locais do Marrocos.

Cores: use pigmentos terrosos e corantes naturais com químicos atóxicos. Pegue como referência a *Nila House*, que revive e conserva artesanatos ecologicamente sensíveis e ameaçados de extinção, como o tingimento natural.

Relevante para: pijamas e acessórios maleáveis, como as mantas, além de itens para serem usados da cama à praia como os shorts de pijama e os kaftans.

3

WGSN[®]
BY ASCENTIAL

Fonte: Relatório de Tendência P/V 23 - WGSN, 2022, p. 3.

Na seção seguinte, *Charme rural*, Figura 2, o texto e as imagens destacam uma estética *vintage* rural, "[...] um visual rústico que lembra a era das tempestades de areia dos EUA da década de 30 [...]" (WGSN, 2022, p. 4). E, também: "A inspiração

vem de lojas vintage como Iron Pony, que vende itens caseiros como as camisolas antigas de algodão dos anos 10 e 20, feitas com sacos de algodão e ainda carimbados com os emblemas das marcas, inspirando ideias #upcycling" (WGSN, 2022, p. 4).

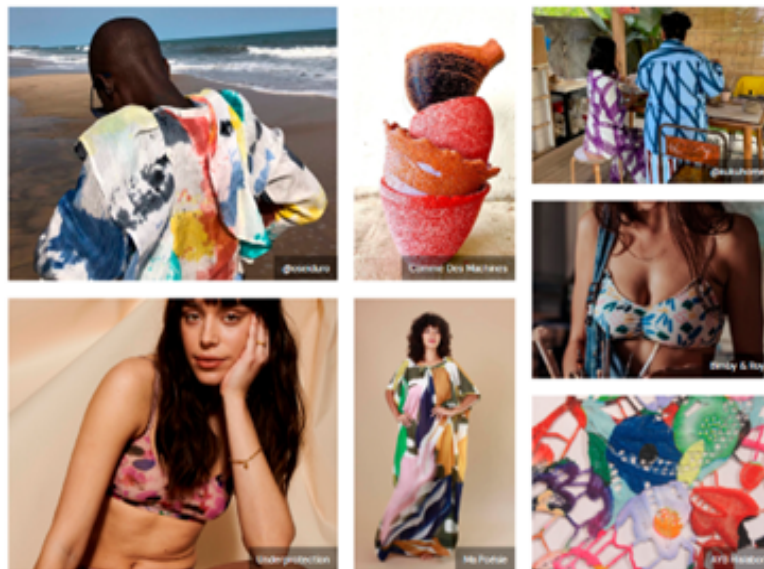
Figura 2 – Tendência *Charme rural*

Fonte: Relatório de Tendência PV 23 - WGSN, 2022, p. 4.

Avançando pelo relatório P/V 23 da WGSN, na seção de tendência *Boho alegre*, Figura 3, o destaque no texto e as imagens mostram que “as coleções de estilistas com raízes boêmias

ligadas à natureza são atualizadas com colorido *#joyfulexpression*. Os designs refletem uma nostalgia da infância com estampas alegres e bordados vivos” (WGSN, 2022, p. 5).

Figura 3 – Tendência *Boho alegre*

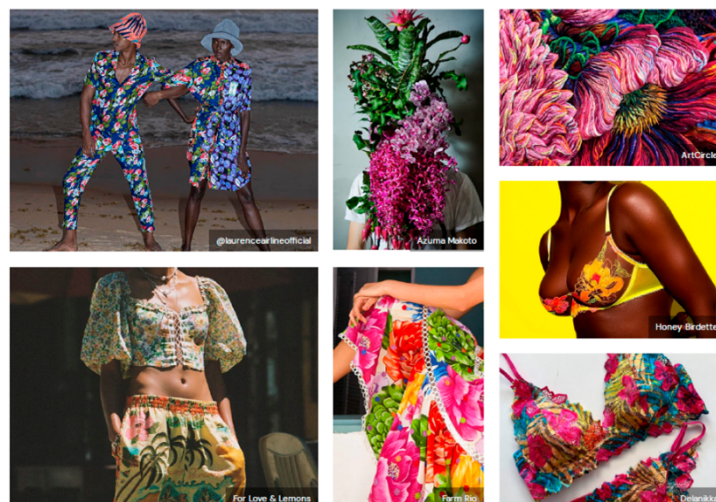


Fonte: Relatório de Tendência P/V 23 - WGSN, 2022, p. 5.

Outro realce como gatilho da rememoração de experiências afetivas é observado na seção da tendência *Plantas exuberantes*, Figura 4. Aqui, o conceito e as imagens enfatizam a valorização do estilo *vintage* e retrô: “Outra importante influência nessa tendência é o visual de brechó, que está

entrando nas coleções e inspirando grafismos *vintage #souvenirstyle*” (WGSN, 2022, p. 7) e, ainda, “[...] inspire-se em cartões postais *vintage* e grafismos retrôs de produtos agrícolas locais” (WGSN, 2022, p. 7).

Figura 4 – Tendência *Plantas exuberantes*



Fonte: Relatório de Tendência PV 23 - WGSN, 2022, p. 7.

É neste percurso – ou poderíamos dizer, neste vai e vem – das memórias e tendências, que notamos toda uma preocupação com a valorização do aconchego, do rústico, do retrô e do *vintage*. A busca pelo passado com inspirações em décadas remotas, o reviver do colorido da infância e a conservação das tradições que não poderiam cair no esquecimento. O relatório P/V 23 da WGSN ao organizar conceitualmente as pesquisas de tendências mobiliza, assim, releituras e possibilidades de aplicação da nostalgia.

Destarte, do ponto de vista do consumo, no qual o relatório se dedica, nos asseguramos em Henriques e Suarez (2021, p. 527) que a nostalgia se reflete sob duas premissas. A sentimentalista: “[...] resulta do deslocamento de significados de perfeição para um passado idealizado, sendo que os objetos atuam como pontes materiais para essas dimensões idealizadas”, e a cultural: “[...] sensível às representações sobre o tempo, orientado simultaneamente para o passado, o presente e o futuro”.

Assim sendo, afirmamos que as imagens potencializam um sentimento nostálgico em virtude das cores, traços e contextos encontrados. A decodificação de algo se torna gatilho para “abrir” reminiscências. A moda, principalmente, consegue oficializar esse mecanismo, trazendo referências passadas em tendências.

O vocábulo “nostalgia” deriva do grego, *nóstos*, que significa *o retorno*; e *algia* é identificada como *dor*. Para Starobinski (2016), o presente termo consistia na condição proposta em 1688, pelo médico suíço Johannes Hofer, em que fazia menção ao sofrimento dos homens convocados ao dever militar, que sofriam “o terrível mal das saudades da terra”. A partir de 1835, a expressão ganha força no âmbito cultural, perdendo o *status* de doença. Contudo, ao analisarmos os objetivos aqui apresentados, podemos relacionar que esse “voltar para casa” pode incitar esse retorno por meio das peças *vintage* e retrô que a moda impulsiona.

Percebemos que tais peças provocam questões íntimas em virtude das memórias que podem ser evocadas, via sentimentos nostálgicos, com-

preendidos a partir do que o indivíduo identifica. Como afirma Starobinski (2016), “a nostalgia é um transtorno íntimo ligado a um fenômeno de memória”. Neste caso, as narrativas que apresentam as peças oferecem um retorno ao passado, provocando novas sensações e estímulos, o que consiste o movimento da moda em todos os sentidos. Talvez seja essa a força deste material investigado, via melancolia, que aparece ao recordar. Como menciona Starobinski (2016), a nostalgia normalmente aparece acompanhada de uma sensação de perda, podendo resultar em saudade.

Na relação do consumo e do contexto social da memória como fenômeno social, nos mesmos moldes de Halbwachs (1990), é que compreendemos as tendências de moda que surgem acompanhadas de um sentimento direcionado a uma circunstância de evolução e progresso. “É um pacote conceitual que acaba desenhando uma certa visão do mundo, da sociedade e do futuro, que fazem parte do senso comum” (Caldas, 2004, p. 7). Nesta mesma lógica, percebemos que as tendências carregam, intrinsecamente em suas entranhas, para uma visão de futuro, memórias do passado que servem como referências para o entendimento das manifestações do porvir.

Por ser tendência, associamos então essa mediação como a “reconstrução do passado com ajuda de dados emprestados do presente e, além disso, perpassada por outras reconstruções feitas em épocas anteriores e de onde a imagem de outrora manifestou-se já bem alterada” (Halbwachs, 1990, p. 71). Ou seja, mesmo a nostalgia evocada no entendimento de uma memória individual, ela, seguindo Halbwachs (1990), só existe por meio de uma memória coletiva, posto que todas as nossas lembranças são constituídas no interior de um grupo específico. Desse modo, observamos a disposição das tendências quando, mesmo que constantemente atravessadas por ideias, reflexões, identidades e sentimentos que atribuímos a nós mesmos, na verdade, são influências do grupo ao qual pertencemos. Ou seja, tudo que está em nossa volta interfere de algum modo em nossa memória:

Nossas lembranças permanecem coletivas, e elas nos são lembradas pelos outros, mesmo que se trate de acontecimentos nos quais só nós estivemos envolvidos, e com objetos que só nós vimos. É porque, na realidade, nunca estamos sós. Não é necessário que outros homens estejam lá, que se distingam materialmente de nós: porque temos sempre conosco e em nós uma quantidade de pessoas que não se confundem (Halbwachs, 1990, p. 26).

Isto posto, percebe-se que a memória individual é um fragmento das vivências de um grupo, que se estabelece na totalidade da memória coletiva. Ademais, percebemos então que o relatório P/V 23 da WGSN pode ser considerado um "lugar de memória", pois sua narrativa aborda imagens e símbolos que se apoiam em um passado que serve de referência e inspiração para releituras estéticas futuras, assim como Nora (1993, p. 202) definiu, "toda unidade significativa, de ordem material ou ideal, da qual a vontade dos homens ou o trabalho do tempo fez um elemento simbólico do patrimônio da memória de uma comunidade qualquer". Pode-se dizer que as tendências de moda são, de certa forma, nostálgicas, uma vez que são cíclicas e tendem a ressurgir periodicamente. Para nós, o "lugar de memória" pode ser um produto cultural formulado pela própria historicização da memória (Nora, 1993), como no caso do relatório de tendência em análise e, claro, como estratégia de mercado, que esse sentimento se materialize no desejo do produto. Estes "lugares", ainda que cristalizados com conceitos próprios sobre determinados temas, permitirão aos sujeitos interpretações, mesmo que plurais, de acordo com as questões do presente.

Seguindo a conceituação de Nora (1993), a presentificação do passado só ocorre porque foram criados meios de acesso a esse passado e, para nós, os *trend reports* – e, em especial, o relatório P/V 23 da WGSN – podem servir como arquivos que guardam memórias para a direção de leituras de cenários futuros, sejam eles macros e/ou micros.

Em síntese, percebemos que a produção das memórias, em particular, essas nostálgicas que estamos tratando, é compreendida como um processo de vivências individuais e coletivas que se

constituem mutuamente no movimento contínuo das interações. Afetos, palavras, representações, imagens circulam pelo tecido cultural estabelecendo certos marcadores relativamente estáveis de memória que são identificados, produzidos e transmitidos pelos sujeitos, instituições e grupos. Deste modo, através das tendências abordadas no relatório P/V 23 da WGSN, representações de um passado saudoso são replicadas, afetos são acionados e estimulados, memórias são recuperadas e criadas, por meio de constelações de imagens de intimidade e conforto, interesse que nos dedicamos de agora em diante.

2 Constelações simbólicas da intimidade

"O imaginário é o elo obrigatório entre a construção dos sentidos e a experiência sensível".
(Antonio Rediver Guizzo)

Os estudos da Teoria Geral do Imaginário, de modo extensivo – e essencial –, se dedicam à dimensão simbólica da imagem, o referencial de sentidos que se formam e se mostram em conjuntos imagéticos e narrativas míticas, nas representações do homem que nos permitem constituir e estabelecer determinada compreensão simbólica, sobretudo, afetiva. O ponto central desta teoria consiste em ampliar a concepção kantiana da construção do conhecimento estruturada na racionalidade humana, porque vai além da razão, e destaca, assim como fez Cassirer (1994) ao cunhar a expressão *homo symbolicum*, que o homem dispõe de uma faculdade criadora de símbolos e que, pela qual, tudo o que produz é simbólico. Demarcamos aqui que a questão mais emergente, indispensável e inelutável para o ser humano é sempre a de construir sentidos, criar significados.

Foi Gilbert Durand que veio, arraigado por diversos pesquisadores do imaginário, "a quem ele chama de mestres: Bachelard, Corbin, Dumézil, Leroi-Gourhan, Eliade, Lévi-Strauss, Bastide, sem esquecer da obra do psicanalista Jung" (Turchi, 2013), sistematizar todo o aparato teórico das estruturas antropológicas do imaginário e sua

mitodologia. A abordagem da teoria que nos norteia consiste na compreensão do imaginário como a capacidade individual e coletiva de dar sentido ao mundo, o conjunto relacional de imagens que dá significado a tudo o que existe. Não se trata de um sentido de irrealidade ou inventividade, não é estado puramente mental, mas um "substrato simbólico ou conjunto psicocultural, que se manifesta sob diferentes formas" (Vieira, 2020, p. 31), quer seja o ambiente em que um grupo esteja mergulhado, o que produz uma atmosfera, gera uma aura; as ficções construídas coletivamente ao longo do tempo e que produzem uma narrativa unificadora, um elo em determinado grupo; as fantasias que entram no cotidiano e o transformam, por momentos, em espaço de excitação e de deslumbramento; as imagens retidas afetivamente como memórias – mesmo que particular, mas sempre na intersecção com os outros, com uma cultura; e, nesta concepção que nos explicita Silva (2020, p. 14), "a transfiguração do real" que faz o banal ganhar cores, um *plus* de significação, uma "magificação" maffesoliana do vivido.

Nesta definição, os estudos da Teoria do Imaginário revelam-se como um lugar "entre saberes" (Durand, 2012), museu que abriga o conjunto de todas as imagens possíveis produzidas pelo *homo symbolycus* e busca compreender como esses conjuntos de recorrências simbólicas se produzem, transmitem e ganham sentido. Com tal característica, o imaginário implica uma estrutura sistêmica, imagens heterogêneas que estão enraizadas em um sujeito complexo. Estas imagens, sabemos, não se desenvolvem de forma livre. Elas fazem parte de uma constelação de imagens que se expressam por meio das pulsões subjetivas do indivíduo e com o mundo no qual está inserido. Entende-se aqui o conceito de trajeto antropológico, as "raízes inatas na representação do *sapiens* e as intimações variadas do meio cósmico e social" (Durand, 2012, p. 59). Compreendemos no trajeto antropológico a formação do imaginário que se manifesta nos simbolismos que emergem como produção e circulação dos bens simbólicos da cultura humana.

Conviremos, portanto, em denominar imaginário um conjunto de produções, mentais ou materializadas em obras, com base em imagens visuais (quadro, desenho, fotografia) e linguísticas (metáfora, símbolo, relato), formando conjuntos coerentes e dinâmicos, referentes a uma função simbólica no sentido de um ajuste de sentidos próprios e figurados (Wunenburger, 2007, p. 11).

Para tanto, Gilbert Durand, em seus estudos generalizados da dimensão simbólica da imagem, elaborou um princípio de auto-organização desses conjuntos, ou constelações, de imagens. Pitta (2005, p. 22) pontua que o antropólogo "percebe no material que estuda duas intenções fundamentalmente diversas na base da organização das imagens: uma dividindo o universo em opostos [...], e outra unindo os opostos, complementando, harmonizando". A esse agrupamento, essa bipartição, Durand (2012) chamou de Regimes do Imaginário, sendo o *diurno*, caracterizado pela luz que permite as distinções, pelo debate, e o outro *noturno*, caracterizado pela noite que unifica, pela conciliação, reforça Pitta (2005, p. 23).

De fato, a ambiência de nosso objeto, o relatório Previsão P/V 23: moda íntima – Mundo Interior da WGSN, ao ressaltar a nostalgia como fio condutor e lupa de sua produção, tanto a memória como as demais imagens reveladas na estrutura temporal de configuração das seções passam a estar afetadas por um imaginário simbólico de intimidade. Nesta lógica, observamos que as imagens representadas no relatório em análise correspondem simbolicamente ao regime noturno das imagens que se interligam pelos aspectos do afeto, do gozo, da quietude, "a vontade de união e um gosto secreto pela secreta intimidade" (Turchi, 2013, p. 35). Assim, ao utilizar a temática "Mundo Interior", o *trend report* observado explora formas, imagens que podemos associar ao equilíbrio e à felicidade, individual e coletivamente.

Aqui, a autoavaliação e a autorrealização caminham de mãos dadas, e várias das inspirações se unem a um anseio por sentido e reconforto, seja através do romantismo de estilos de vida rurais, do conforto de casa, do apelo de lugares distantes ou da nostalgia do passado (WGSN, 2022, p. 1).

Observamos a natureza das imagens do regime noturno, que são aquelas que constelam símbolos de refúgio, intimidade e recolhimento (Durand, 2012). Esse regime, reforça Pitta (2005, p. 29), "vai se empenhar em fundir e harmonizar", suavizando. Como constelando o regime noturno,

podemos exemplificar com o relatório: "produtos que promovam bem-estar, autocuidado e rituais de cura serão particularmente relevantes, assim como o uso de ingredientes e processos naturais – pigmentos silvestres, texturas rústicas e materiais de origem regenerativa" (WGSN, 2022, p. 1).

Figura 5 – Tendência *Artesanal Caseiro*



Fonte: Relatório de Tendência PV 23 - WGSN, 2022, p. 3.

No enredo, percebemos as tendências manifestando uma memória nostálgica de intimidade refletidas na moda íntima, como mostra a Figura 5, valorizando o aconchego do lar e da natureza. Neste aspecto, ainda, destacamos as tendências expostas que criam uma ambiência de retorno ao arcaico e aos prazeres artesanais, tal como Maffesoli (1996) sustenta, características desta contemporaneidade. O autor contextualiza a pós-modernidade, quando, na sua perspectiva, os excessos produtivos, as crises econômicas e a massificação levaram a sociedade a uma saturação, conduzindo os indivíduos a buscarem o comunitarismo tribal, o artesanal e a valorização do estar-junto por meio dos afetos e intimidade, tal como na memória.

O relatório P/V 23 da WGSN destaca, ainda, o acolhimento, no símbolo íntimo da casa, com "[...] temáticas celestiais e xadrezes vichy que lembram toalhas de mesa, sinalizando a união entre a moda e o design de interiores" (WGSN, 2022, p. 1). De acordo com Durand (2012), a casa é um símbolo que constela no regime noturno

da imagem, figurando-se na estrutura mítica. Marca um território e dá ao lugar uma referência, ou seja, o homem ao habitá-la, habita o mundo, povoa-o e dá-lhe um significado, razão pela qual, além de espelhar o indivíduo, a casa reflete o homem no seu conjunto. Logo, a casa estrutura o mundo pessoal, e é o arquivo de experiências e memórias que, juntamente com o corpo, constrói a identidade de um sujeito e/ou, ainda, daquele grupo que nela habita.

Para Halbwachs (1990), a casa é constituída como um espaço de memórias coletivas de um grupo que está inserido em uma parte do espaço. Ele a transforma à sua maneira, do mesmo modo em que se adapta. Assim sendo – e o relatório nos apresenta seu conceito na Figura 5 em sintonia com a natureza – as características físicas de uma casa, a decoração e a ambiência refletem a marca das pessoas que moram naquele ambiente, ou seja, o lugar recebe a marca do grupo e o grupo recebe a marca do lugar, e ambos se influenciam.

Segundo Maffesoli (2014, p. 56), "a preferência pelo genuíno, sensível, natural, elementos

primordiais (água, terra, fogo e ar) e o orgânico, move em profundidade as multidões contemporâneas". A socialidade pós-moderna se baseia na ressurgência dos mitos e memórias ancestrais, os quais retornam sob a forma de tendências e imaginários. A vista disso, percebemos o simbolismo

presente no relatório P/V 23 da WGSN, pois ele se encontra constelando em torno de imagens de intimidade e viscosidade, que se expressam por meio da comunhão e do estar-junto e na predileção pelos pequenos detalhes.

Figura 6 – Tendência *Em sintonia com a natureza*



Fonte: Relatório de Tendência P/V 23 - WGSN, 2022, p. 8.

Seguindo, a tendência *Charme rural* apresenta as estampas florais e a inspiração *vintage* rural, criando um visual rústico com inspirações em camisolas antigas desenvolvidas com tecidos

de algodão e modelagem ampla. As flores, destacadas na Figura 6, são notadas imagens que simbolizam a natureza, o eterno feminino e a ciclicidade de uma árvore.

Figura 7 – Tendência *Charme Rural*



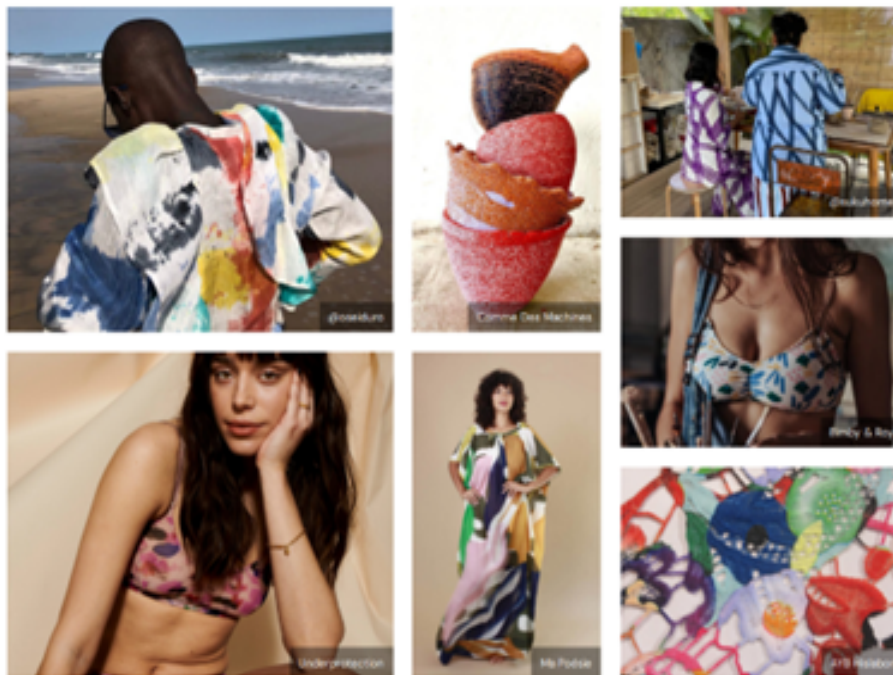
Fonte: Relatório de Tendência P/V 23 - WGSN, 2022, p. 4.

Esses elementos gráficos presentes nas estampas constelam em imagem de flores, folhas, da natureza, que de acordo com Durand (2012), representam uma simbologia de maternidade, que podem ser compreendidas como a matéria primordial no “arquétipo da descida e do retorno às fontes originais da felicidade” (Durand, 2012, p. 225), remetendo, assim, à intimidade.

Além disso, as peças artesanais e o “feito à mão” aparecem constantemente nas constelações de imagens presentes no relatório P/V 23 da WGSN. Para Durand (2012), o fazer artesanal

é caracterizado como um mergulho para dentro de si mesmo, evidenciando a ação como a casa do autoconhecimento. Aqui destaca-se o ato de descida constelando no regime noturno da imagem. Desta forma, nas tendências *Boho alegre*, apresentadas na Figura 8, bem como na *Artesanal caseiro*, observamos imagens de tecidos autênticos desenvolvidos em parceria com comunidades e artesãos locais. As tendências, exemplificadas na Figura 7, inspiram-se nos estúdios de estamparia, evidenciando a técnica dos teares manuais, dando vida a tradições esquecidas.

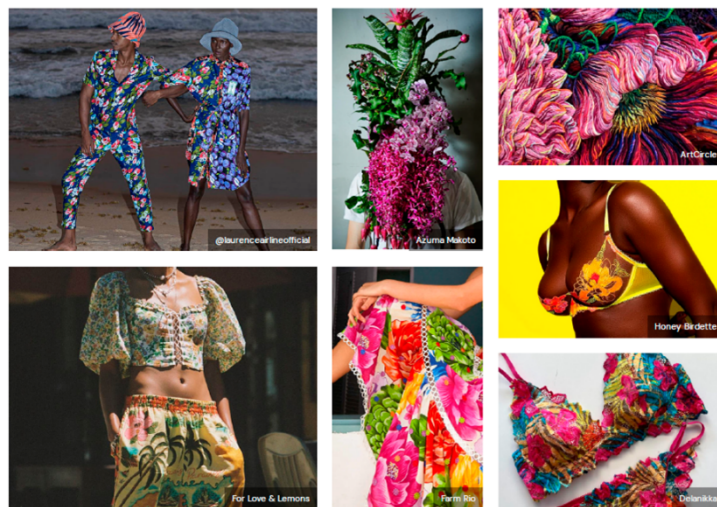
Figura 8 – Tendência *Boho alegre*



Fonte: Relatório de Tendência PV 23 - WGSN, 2022, p. 5.

Mais adiante, na tendência *Plantas exuberantes*, notamos, uma vez mais, a presença das imagens da natureza, desta vez em cores vibrantes, como mostra a Figura 9. Constelando do mesmo modo no regime noturno das imagens, os ciclos naturais consistem nos símbolos botânicos. Esta simbólica refere-se ao esquema cíclico, relacionando as imagens de folhagem, flores, semestre e vegetais também as ideias de fertilidade, abundância, transformação, transcendência e longevidade,

no sentido de que “[...] o papel metamorfoseante do vegetal é, em muitos casos, o de prolongar ou sugerir o prolongamento da vida humana” (Durand, 2012, p. 342). Nesta senda, do regime noturno do imaginário, predomina uma concepção de temporalidade cíclica, visível na natureza, enfatizando o mito do eterno retorno e refletindo a imagem primordial do arquétipo da Grande Mãe, a mãe natureza.

Figura 9 – Tendência *Plantas exuberantes*

Fonte: Relatório de Tendência PV 23 - WGSN, 2022, p. 7.

Enfim, com todo o exposto, acentuamos o regime noturno das imagens constelando nas tendências relacionadas no relatório P/V 23 da WGSN. Logo, nesta estrutura percebe-se que a imaginação desenvolve uma atitude de capturar e compreender as forças naturais e vitais do devir, que transformam os aspectos do tempo em virtudes benéficas (Pitta, 2005). Nesta lógica, os símbolos que se aglutinam e constelam neste universo se articulam pelos aspectos místicos do afeto, do gozo, da quietude, do profundo, do calmo, do íntimo e do escondido. Os símbolos evocam a Mãe Natureza, a memória e o artesanal, na redundância de imagens que expressam a comunhão, a intimidade e o estar-junto; o deslocamento de significados que se manifestam na vivacidade e no colorido da imagem, além da miniaturização, que se evidencia pelo gosto dos pequenos detalhes e pela minúcia.

Considerações finais

Nosso ensaio buscou compreender essas relações da memória afetiva e os simbolismos da nostalgia que interpelam, (re)valorizam, (re)significam e resultaram nas indicações de tendência para as produções de moda no relatório P/V 23 da WGSN (2021). Compreendemos, então, que as memórias nostálgicas que podem ser

evocadas no objeto em análise apontam para o viver em grupo, revelando a partilha de gostos e comportamentos íntimos, ancorando elementos que promovem afetos e emoções, os quais reafirmam, sobretudo, um pertencimento social. Reafirmamos que, através das tecnologias do imaginário, dispositivos capazes de mobilizar sentidos, assim como a moda, "os símbolos adquirem aura, ganham laço social, identificação, proximidade e, racionalizados, ganham capacidade de produzir mitologias, mesmo a partir de elementos do cotidiano" (Moraes, 2019).

Além disso, é papel da nostalgia resultar nesse ir e vir entre presente, passado e futuro, ativando memórias que potencializam ações. A moda consegue ressignificar por meio das sensações mediadas em peças gráficas, como visto no presente estudo.

Movimentar memórias afetivas por meio de peças e imagens tendem a trazer contextos que, muitas vezes, não estavam presentes na consciência de quem a consome. Vimos que pode haver uma (re)valorização da moda e no que ela sugere, por meio desse movimento mnemônico. Haverá na moda essa tendência de representar um movimento temporal, o que comprova que a nostalgia pulsa sentimentos e traz memórias e afetos constantes. Afinal, somos

seres sociais e necessitamos de interações em grupo. As principais memórias são encontradas nessa coletividade, da qual a moda faz parte e atua como mobilizadora de imaginários. Essa relação entre nostalgia, memória e imaginário ficou ilustrada no relatório de moda analisado, onde a narrativa construída utiliza imagens do passado para promover uma tendência por meio do afeto. As imagens de intimidade, ligadas ao regime noturno da imagem, ancoram os sentidos propostos. Percebemos símbolos recorrentes que estruturam a narrativa e guiam o sentido e o vínculo com a marca: as mãos produzindo o que é artesanal, a temática floral como vínculo com a natureza, reforçado pelo que é orgânico. Esse encadeamento vai gerando um percurso de sentido tendo como ideia central o arquétipo da Grande Mãe.

Para mais, foi possível refletir que as tendências de moda são ideias que se têm sobre determinado conceito, gosto ou produto, que atingem diretamente a percepção sem distorções, ruídos ou a necessidade de pensar muito para compreender seu significado. Assim, essas ideias vivem no inconsciente coletivo, e mesmo sem recordar de onde surgiram e como foram aprendidas, elas direcionam as escolhas, desejos e preferências de grupos e pessoas. Logo, entendemos que as tendências nascem do inconsciente coletivo, que se constitui em constelações de imagens e arquétipos, que são modelos latentes e coletivos que emergem à superfície de acordo com a consciência individual na qual se manifestam. No caso estudado, percebemos que há pontos semelhantes das tendências abordadas como o hábito de busca pela cura, por um lar evoluído, estilo de vida cíclico, coletivismo e regeneração.

Ademais, compreendeu-se que o conceito de futuro, aqui exposto, não é apenas uma continuação linear do presente, mas sim uma interseção complexa de múltiplas trajetórias, possibilidades e contingências. É dizer que, o conceito de futuro não é estático, mas sim fluido e dinâmico, sujeito a revisões, reinterpretações e reconfigurações ao longo do tempo. Entender o futuro requer uma visão holística que integre conhecimentos

multidisciplinares, perspectivas divergentes e um profundo entendimento das dinâmicas sociais, culturais e tecnológicas que influenciam a construção do amanhã. Além disso, é imperativo que o homem especule sobre o que está por vir, pois fazer previsões é uma forma de controlar a vida e de confrontar a experiência da morte que trazemos no inconsciente (Caldas, 2004).

Nesta perspectiva, o relatório P/V 23 da WGSN destaca uma previsão de futuro que revisita o passado através de um imaginário nostálgico, ancorando nas memórias culturais e afetivas. Assim, observou-se que em meio a uma sociedade massificada e efêmera as tendências apontam para um eterno retorno, mergulhando em um imaginário místico noturno, repleto de símbolos, arquétipos e gestos que direcionam as tendências a uma potência interna e particular, em que a fantasia interior cria vida em um clima de aconchego no qual as profundezas da psique penetram nas raízes emocionais do indivíduo, resgatando as lembranças íntimas da cultura, do lar e da ancestralidade local.

Por fim, em nossa tarefa de refletir sobre os simbolismos que permeiam as representações da nostalgia e os vínculos da intimidade apresentados pelo particular relatório de tendências para a primavera/verão nas elaborações e produções de moda, reafirmamos que, enquanto otimização, diálogo e tradução da complexidade, ele se oferece como catalisador fundamental e indispensável à imaginação criadora na moda.

Referências

- BRAGA, José Luiz. A comunicação e o senso comum. **PAULUS**: Revista de Comunicação da FAPCOM, São Paulo, v. 3, n. 5, p. 27-46, jan./jul. 2019. Disponível em <https://revista.fapcom.edu.br/index.php/revista-paulus/article/view/88/82>. Acesso em: 19 mar. 2024.
- CALDAS, Dario. **Observatório de Sinais**: teoria e prática da pesquisa de tendências. Rio de Janeiro: Senac Rio, 2004.
- CASSIRER, Ernst. **Ensaio sobre o Homem**: Introdução a uma filosofia da cultura humana. Trad. Tomás Rosa Bueno. São Paulo: Martins Fontes, 1994.
- DURAND, Gilbert. **As estruturas antropológicas do imaginário**. 4. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2012.

FELLIPE, Eduardo Ferraz. Renovar votos com o futuro: nostalgia e escrita da história. **História da Historiografia**: International Journal of Theory and History of Historiography, Ouro Preto, v. 10, n. 25, p. 117-134, 2018. Disponível em: <https://www.historiadahistoriografia.com.br/revista/article/view/1217>. Acesso em: 26 ago. 2022.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Minidicionário da Língua Portuguesa**. 2. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1989.

FRANÇA, Vera Veiga. Paradigmas da Comunicação: conhecer o quê? **Ciber Legenda**, [s. l.], n. 5, 2001. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/ciberlegenda/issue/view/1927>. Acesso em: 19 mar. 2024.

GUIZZO, Antonio Rediver. O jardim de si: o imaginário de Claudia Roquette-Pinto. **Letras & Letras**, [s. l.], v. 30, n. 1, p. 76-102, jan./jul. 2014. Disponível em: <https://seer.ufu.br/index.php/letraseletras>. Acesso em: 15 jul. 2022.

HALBWACHS, Maurice. **A Memória Coletiva**. São Paulo, Centauro, 1990.

HENRIQUES, Flávio Medeiros; SUARES, Maribel Carvalho. Nostalgia como prática? Relendo a pesquisa sobre nostalgia no campo do Marketing. **Cad. EBAPE.BR**, Rio de Janeiro, v. 19, n. 3, p. 524-537, jul./set. 2021. <http://dx.doi.org/10.1590/1679-395120200109>

HOLBROOK, Morris B.; SCHINDLER, Robert M. Market segmentation based on age and attitude toward the past concepts, methods, and findings concerning nostalgic influences on customer tastes. **Journal of Business Research**, [s. l.], v. 37, p. 27-39, 1996.

LORETTI, Paloma. Moda íntima: existe relação entre a autoestima da mulher e as peças de lingerie? [Entrevista concedida a Luisa Machado. **Multiplex**, Rio de Janeiro, 11 set. 2019. Disponível em: <https://www.portalmultiplex.com/noticias/cotidiano/moda-intima-existe-relacao-entre-a-autoestima-da-mulher-e-as-pecas-de-lingerie>. Acesso em: 13 jul. 2022.

MAFFESOLI, Michel. **No fundo das aparências**. Trad. Bertha Halpern Gurovitz. Petrópolis: Vozes, 1996.

MAFFESOLI, Michel. **Homo Eroticus**: comunhões emocionais. Trad. Abner Chiquieri. Rio de Janeiro: Forense, 2014.

MONTYSUMA, Marcos. Memória e esquecimento. In: REIS, Tiago Siqueira *et al.* (org.). **Tempo Presente**. Boa Vista: Editora da UFRR, 2019, p. 46-62. (Coleção História do Tempo Presente, v. 1).

MORAES, Heloisa Juncklaus Preis. O imaginário no cotidiano: a imagem como potência do laço social. In: LINS, Eunice Simões; MORAES, Heloisa Juncklaus Preis (org.). **Mídia, Cotidiano e Imaginário**. João Pessoa: Editora da UFPB, 2019, p. 97-102.

NORA, Pierre. Entre memória e história: a problemática dos lugares. **Projeto História**, São Paulo, n. 10, p. 7-28, dez.1993.

PITTA, Danielle Perin Rocha. **Iniciação à teoria do imaginário de Gilbert Durand**. Rio de Janeiro: Atlântica Editora, 2005.

SILVA, Juremir M. Cinco versões de imaginário. **Memo-rare**, Tubarão, v. 7, n. 3, set./dez. 2020. Disponível em:

https://portaldeperiodicos.animaeducacao.com.br/index.php/memorare_grupep/article/view/10205/0. Acesso em: 12 jul. 2022.

STAROBINSKI, Jean. **A tinta da melancolia**. São Paulo: Companhia das Letras, 2016. *E-book*. Livro não paginado.

TEDESCO, João Carlos. **Nas cercanias da memória**: temporalidade, experiência e narração. 2. ed. Passo Fundo: Ed. Universidade de Passo Fundo, 2014. Disponível em: <http://editora.upf.br/index.php/e-books-topo/41-historia-area-do-conhecimento/110-nas-cercanias-da-memoria>. Acesso em: 15 jul. 2022.

TURCHI, Maria Zaira. **Literatura e Antropologia do Imaginário**. Brasília: Editora UnB, 2003.

VIEIRA, Suellen Cristina. **Moda, artesanato e imaginário social**: o Slow fashion como potência simbólica na sociedade pós-moderna. 2020. 186f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Linguagem) – Programa de Pós-Graduação em Ciências da Linguagem, Universidade do Sul de Santa Catarina, Tubarão, 2020.

WGSN. **P/V 23**: moda íntima – Mundo Interior. Londres: Agência de Pesquisa WGSN, 2022. Disponível em: <https://www.wgsn.com/mywgsn>. Acesso em: 12 jul. 2022.

WUNENBURGER, Jean-Jacques. **O Imaginário**. São Paulo: Edições Loyola, 2007.

Elton Luiz Gonçalves

Doutor em Ciências da Linguagem pela Universidade do Sul de Santa Catarina (Unisul), em Tubarão, SC, Brasil; mestre em Ciências da Linguagem pela Universidade do Sul de Santa Catarina (Unisul), em Tubarão, SC, Brasil. Professor do Centro Universitário UniSATC, em Criciúma, SC, Brasil. Pesquisador do Grupo de Pesquisas Imaginário e Cotidiano da Universidade do Sul de Santa Catarina (Unisul), em Tubarão, SC, Brasil.

Suellen Cristina Vieira

Mestre e doutoranda em Ciências da Linguagem pela Universidade do Sul de Santa Catarina (Unisul), em Tubarão, SC, Brasil. Professora da Universidade do Sul de Santa Catarina, em Tubarão, SC, Brasil. Pesquisadora do Grupo de Pesquisas Imaginário e Cotidiano da Universidade do Sul de Santa Catarina (Unisul), em Tubarão, SC, Brasil;

Heloisa Juncklaus Presi Moraes

Doutora em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS), em Porto Alegre, RS, Brasil; mestre em Comunicação Social pela mesma instituição. Professora do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Linguagem da Universidade do Sul de Santa Catarina (Unisul), em Tubarão, SC, Brasil. Bolsista de Pesquisa do Instituto Ânima, em Tubarão, SC, Brasil. Líder do Grupo de Pesquisas do Imaginário e Cotidiano da Universidade do Sul de Santa Catarina (Unisul), em Tubarão, SC, Brasil.

Mário Abel Bressan Júnior

Doutor em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS), em Porto Alegre, RS, Brasil; mestre em Ciências da Linguagem pela Universidade do Sul de Santa Catarina (UniSul), em Tubarão, SC, Brasil. Professor do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Linguagem da Universidade do Sul de Santa Catarina (UniSul), em Tubarão, SC, Brasil. Bolsista de Pesquisa do Instituto Ânima, em Tubarão, SC, Brasil. Líder do Grupo de Pesquisas Memória, Afetos e Redes Convergentes da Universidade do Sul de Santa Catarina (UniSul), em Tubarão, SC, Brasil.

Endereço para correspondência

Heloisa Juncklaus Preis Moraes

Rua Vigário José Poggel, 445

Bairro Dehon, 88704-240

Tubarão, SC, Brasil

Os textos deste artigo foram revisados pela SK Revisões Acadêmicas e submetidos para validação do(s) autor(es) antes da publicação.