

 <p>ESCOLA DE COMUNICAÇÃO, ARTES E DESIGN FAMECOS</p>	<h1>REVISTA FAMECOS</h1> <p>mídia, cultura e tecnologia</p> <p>Revista FAMECOS, Porto Alegre, v. 32, p. 1-12, jan.-dez. 2025 e-ISSN: 1980-3729 ISSN-L: 1415-0549</p>
<p> https://dx.doi.org/10.15448/1980-3729.2025.1.46542</p>	

SEÇÃO: INDÚSTRIA CRIATIVA

A moda como narrativa cultural: os significados por trás da escolha de peças de roupas do vestuário

Fashion as a cultural narrative: the meanings behind the choice of clothing items

La moda como narrativa cultural: los significados detrás de la elección de las prendas de vestir

Milena Cherutti¹

orcid.org/0000-0001-7495-3777
mcherutti@hotmail.com

Cristiano Max Pereira

Pinheiro²

orcid.org/0000-0002-2038-8191
cristiano.max@puccrs.br

Recebido em: 10 jul. 2024.

Aprovado em: 2 jun. 2025.

Publicado em: 09 jul. 2025.

Resumo: Esta pesquisa investiga as escolhas individuais de vestuário sob a perspectiva da representação simbólica, dos signos culturais e da memória coletiva, explorando a moda como uma expressão artística e cultural, entrelaçada com narrativas pessoais e sociais. A metodologia adotada envolveu uma análise fenomenológica, revelando a complexidade das relações entre roupas, memória e identidade. A partir do estudo, pode-se perceber que as roupas transcendem a mera funcionalidade, tornando-se documentos sociais que assumem a identidade dos indivíduos e registram momentos e histórias. A interseção entre roupas e memória ofereceu uma imersão profunda nas camadas simbólicas das escolhas diárias de vestuário, destacando conexões com a tapeçaria da memória cultural e individual. Embora inicial, a pesquisa propõe uma reflexão acerca dessa dinâmica, reconhecendo a constante revelação e ocultação do fenômeno sob uma perspectiva dialética.

Palavras-chave: moda; vestuário; linguagem; memória das roupas; expressão cultural.

Abstract: This research investigates individual clothing choices from the perspective of symbolic representation, cultural signs, and collective memory, exploring fashion as an artistic and cultural expression, intertwined with personal and social narratives. The adopted methodology involved a phenomenological analysis, revealing the complexity of the relationships between clothing, memory, and identity. From the study, it can be observed that clothing transcends mere functionality, becoming social documents that assume individuals' identities, recording moments and stories. The intersection of clothing and memory provided a deep immersion into the symbolic layers of daily clothing choices, highlighting connections with the tapestry of cultural and individual memory. Although preliminary, the research provides a reflection on this dynamic, acknowledging the constant revelation and concealment of the phenomenon from a dialectical perspective.

Keywords: fashion; clothing; language; memory of clothes; cultural expression.

Resumen: Esta investigación investiga las elecciones individuales de vestimenta desde la perspectiva de la representación simbólica, los signos culturales y la memoria colectiva, explorando la moda como una expresión artística y cultural, entrelazada con narrativas personales y sociales. La metodología adoptada implicó un análisis fenomenológico, revelando la complejidad de las relaciones entre ropa, memoria e identidad. Del estudio se desprende que la ropa trasciende la mera funcionalidad, convirtiéndose en documentos sociales que asumen la identidad de los individuos, registrando momentos e historias. La intersección entre ropa y memoria ofreció una inmersión profunda en las capas simbólicas de las elecciones de ropa cotidianas, destacando las conexiones con el tapiz



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

¹ Universidade Feevale, Novo Hamburgo, RS, Brasil.

² Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS, Brasil.

de la memoria cultural e individual. Aunque inicial, la investigación aporta una reflexión sobre esta dinámica, reconociendo la constante revelación y ocultamiento del fenómeno, desde una perspectiva dialéctica.

Palabras clave: moda; ropa; idioma; memoria de la ropa; expresión cultural.

1 INTRODUÇÃO

Este estudo abordará a moda como uma prática cultural complexa que transcende o consumo e o estilo, funcionando como uma forma de narrativa identitária. A investigação concentra-se nas experiências cotidianas com o vestuário no contexto urbano brasileiro contemporâneo, sem traçar uma linha de tempo específica. A moda, como expressão e reflexo do comportamento, traduz de forma imediata os impactos na sociedade. O ato de vestir-se, como parte da comunicação não verbal, implica que, por meio das escolhas individuais de cores, texturas, estampas, acessórios, entre outros elementos, as pessoas se comunicam umas com as outras. De acordo com Durand (1998), essas representações também remetem à sociedade em momentos específicos da história, pois passam por ciclos econômicos, tendências comportamentais, estilos e influências culturais que, eventualmente, se repetem, gerando imagens mentais sobre a estética da sociedade e de seu entorno.

Esse imaginário está diretamente ligado à percepção individual das condições existentes, representadas por características marcantes associadas a significados específicos, na compreensão e na associação de um dado com um determinado evento.

A compreensão não é pura reprodução de uma significação. É um ato. Esse ato visa tornar presente um certo objeto e, esse objeto é, em geral, uma verdade de julgamento ou uma estrutura conceitual. Mas esse ato não surge do nada (Sartre, 1996, p. 140).

Admitindo como ponto de partida uma reflexão realizada a partir da leitura do texto *A literatura e a vida social*, de Candido (2006), observou-se que a vida em sociedade é baseada no ato de contar histórias, seja a partir de memórias de situações vividas, experiências de amigos e familiares ou

até mesmo imaginadas. As pessoas conectam-se com histórias. Desenvolvem emoções. Atribuem significados. Geram conexões. E estas, portanto, tornam-se memórias.

À vista disso, o objetivo geral desta pesquisa é refletir sobre o papel da moda como expressão cultural e artística, analisando escolhas vestimentares como um meio de contar histórias, transmitir significados e construir memórias, a partir da seguinte questão norteadora: como as escolhas individuais de peças de roupa, ao serem analisadas por meio da perspectiva da representação simbólica, signos culturais e memória coletiva, revelam a moda como uma forma de expressão artística e cultural, entrelaçando-se com as narrativas pessoais e sociais?

Dessa forma, a presente pesquisa foi dividida da seguinte forma: o referencial teórico, acerca da memória, identidade e signos, com o intuito de compreender os conceitos que sustentam esta discussão, a partir de autores como Pollak (1992), Santos (2003), Candido (2006), Dutra e Miranda (2013) e Hall (2015, 2016); em seguida, a linguagem não verbal das roupas, explicando o contexto da moda como uma representação simbólica, com base nos estudos de Bourdieu (1989), Lipovetsky (1989), Barthes (2009), Dutra e Miranda (2013), Edgerton e Roberts (2014), Ferreira (2015), Hall (2015) e Dull (2025). Na sequência, explica-se a metodologia que baliza este estudo, seguida da análise acerca das escolhas individuais de vestimenta como formas de representação simbólica e signos culturais, a partir de seis peças do vestuário. E, por fim, as considerações finais.

2 MEMÓRIA, IDENTIDADE E SIGNOS

A compreensão da memória como um fenômeno complexo e dinâmico permeia diversas disciplinas, desde a sociologia até a psicologia. Santos (2003) destaca que a memória não é uma reprodução exata do passado, mas uma construção ativa influenciada por diferentes elementos. A autora ressalta que, ao contrário da visão mecanicista, a memória é tanto uma construção social quanto individual, fortemente modelada pela família e pelos grupos sociais. Dessa forma,

a memória não é apenas um fenômeno individual, mas também uma construção social. Ela destaca a interconexão entre a memória individual e coletiva, argumentando que a memória individual se estrutura e se insere na memória coletiva. Essa perspectiva ressalta a importância das relações sociais na formação das memórias e, por extensão, na construção da identidade.

Dutra e Miranda (2013) complementam essa visão enfatizando que, além das memórias individuais, as pessoas inevitavelmente geram memórias coletivas ao longo de suas vidas. Esse fenômeno ocorre no contexto social em que estão inseridas, sendo a base grupal fundamental na criação dessa memória compartilhada. Pollak (1992) destaca a ligação estreita entre memória e identidade. Ele argumenta que a memória herdada está fenomenologicamente conectada ao sentimento de identidade, compreendido como a imagem que uma pessoa adquire ao longo da vida referente a ela própria. Essa construção identitária envolve a unidade física, a continuidade temporal e o sentimento de coerência. A representação da identidade pode ser expressa por diferentes meios, como a escrita, a pintura, a fotografia e os símbolos. Essas representações, além de possuírem dimensões espaciais e temporais, moldam e transformam as identidades por meio da atribuição de significados, ultrapassando a esfera política para abranger símbolos que representam uma cultura (Hall, 2015).

A construção de significados por meio da linguagem atua como um sistema representacional, composto por signos e símbolos, sendo fundamental para a produção e o intercâmbio de significados culturais. Essa compreensão da linguagem como um meio de construção de significados é crucial para entender como a moda, enquanto expressão cultural, utiliza símbolos para transmitir mensagens e significados (Hall, 2016). Dutra e Miranda (2013) destacam as transformações sociais na era pós-moderna, afirmando que a vida social passa por um processo de transformação significativo, especialmente com o surgimento de sistemas tecnológicos interconectados. Essas mudanças estruturais afetam a

construção da identidade, a qual é moldada por fatores como cultura, política, economia, religião e tecnologia.

Tais afirmações corroboram a perspectiva da psicologia em relação à memória, apontando que todas as atividades cognitivas, como percepção, imaginação, lembrança, pensamento e raciocínio, são orientadas para a busca de significado. Para que algo seja retido na memória, é imperativo deter algum tipo de significância para o indivíduo, enfatizando que a memória não opera de maneira automática, mas, sim, discernida por julgamentos (Santos, 2003).

A linguagem desempenha o papel de atribuir sentido às coisas, de modo que o significado é gerado e trocado mediante associações da memória compartilhada. O compartilhamento de significados ocorre por meio do acesso comum à linguagem, que se torna fundamental para os sentidos e para a cultura, sendo consistentemente considerada o depósito-chave de valores e significados culturais (Hall, 2016). Essa compreensão ressalta a importância da linguagem na construção de significados coletivos, vinculando-se diretamente à análise das escolhas individuais de vestimenta como uma forma de expressão cultural e artística no âmbito da moda. "A partir desse prisma, podemos analisar a roupa como um documento da sociedade, já que a mesma assume a identidade de seu usuário e caracterizando-se em momentos e histórias" (Ferreira, 2015, p. 6).

Além disso, Candido (2006) argumenta que a arte é uma comunicação expressiva que pressupõe algo mais amplo do que as vivências do artista, ressaltando a importância do contexto sociocultural na interpretação da obra. Essa perspectiva corrobora as análises de Dutra e Miranda (2013), que salientam a geração de memórias coletivas no contexto social. A arte, a memória e a moda são expressões culturais mediadas por signos e símbolos.

A moda, ao ser concebida como uma forma de narrativa identitária, exige uma abordagem que vá além de sua dimensão consumista e de estilo, inserindo-se em uma episteme que articula

corpo, memória e poder simbólico. Nesse sentido, inspirando-se em Bourdieu (1989), pode-se entender o vestir como um ato de "incorporação" de disposições históricas que regulam gostos e percepções e, ao mesmo tempo, como uma "excorporação" de identidades negociadas em campos sociais diversos. Essa dupla operação epistemológica – de internalizar estruturas sociais no corpo e de externalizar narrativas identitárias por meio da aparência – coloca a moda no cerne de um processo discursivo. Segundo Bakhtin (2006) e Hall (2015), a enunciação não se limita à palavra, mas estende-se aos signos corporais e materiais. Ao adotar essa perspectiva, a moda deixa de ser mero espelho do estilo e passa a se constituir como um campo de representações (Durand, 1998), em que as escolhas de vestuário atuam como fragmentos narrativos que articulam trajetórias biográficas e condições estruturais (econômicas, tecnológicas e simbólicas).

Situar a moda como prática cultural complexa implica reconhecer que cada peça vestida inscreve no corpo tanto a sedimentação de memórias coletivas quanto a agência criativa de sujeitos que, ao narrarem-se por meio da indumentária, reconfiguram constantemente os contornos das identidades individuais e coletivas. Portanto, esses conceitos formam a base teórica para a compreensão da interseção entre memória, identidade e signos. A próxima seção abordará a linguagem não verbal das roupas, utilizando esses fundamentos teóricos para analisar como as escolhas individuais de vestimenta funcionam como formas de representação simbólica e signos culturais.

3 A LINGUAGEM NÃO VERBAL DAS ROUPAS

No que diz respeito à comunicação simbólica, podemos analisar as roupas como uma forma de representação e expressão, em que diferentes maneiras de produção e transmissão, incluindo a indústria da moda, podem ser consideradas "línguas" devido à sua operação por meio da interpretação pessoal. A linguagem não verbal das roupas, nesse contexto, não se baseia na

fala ou na escrita, mas, sim, na utilização de elementos visuais para representar e dar sentido a mensagens (Hall, 2016). Segundo o autor, elementos, como sons, palavras, gestos, expressões faciais e, notavelmente, roupas fazem parte da nossa realidade material. Sua importância para a linguagem não reside apenas no que são, mas no que fazem e nas suas funções de construir e transmitir significados.

De modo geral, a literatura acadêmica converge para entender a moda como um sistema semiótico complexo, cujo vocabulário – formas, cores e texturas – e sintaxe – combinações e sobreposições – constroem narrativas identitárias e condições sociais. Além disso, essa linguagem evidencia uma tensão entre efemeridade – tendências passageiras – e perenidade – memória cultural – atuando como um "texto performativo" que articula corpos, memórias e poder simbólico (Lipovetsky, 1989; Barthes, 2009).

As roupas, por exemplo, são consideradas significantes na linguagem da moda, utilizando o código da moda nas culturas consumidoras ocidentais para correlacionar tipos específicos de vestuário a conceitos como "elegância", "formalidade" e "casualidade" (Hall, 2016). Para Barthes (2009), as roupas se tornam signos na linguagem da moda quando são codificadas em determinados tipos ou combinações, adquirindo significados específicos. Esses códigos convertem as roupas em signos, que podem ser lidos como uma linguagem. A escolha de determinadas peças de roupa ou combinações específicas carrega significados que são interpretados como mensagens dentro do contexto cultural e social.

A abordagem de Barthes (2009) também destaca a natureza variável e estereotipada dos significados associados às roupas. Ele argumenta que a moda seleciona traços específicos do vestuário para representar conceitos, resultando em uma concentração de sentido. Essa escolha representa a dualidade das pessoas, conferindo-lhes individualidade ou multiplicidade, conforme o contexto e a interpretação, ou seja, a roupa consiste em um meio de comunicação pessoal, transmitindo mensagens não verbais sobre a personalidade,

estado de espírito, humor e profissão. A perspectiva semiótica é novamente enfatizada, sugerindo que a vestimenta é um instrumento de produção e troca de significados e valores na interação social (Dutra; Miranda, 2013).

Segundo Lipovetsky (1989), a moda sintetiza o espírito de uma época – *zeitgeist* –, mas pesquisas contemporâneas apontam que a efemeridade das tendências convive com a perenidade das memórias afetivas, mantendo peças icônicas como “bibliotecas ambulantes” de histórias pessoais e coletivas (Nengsi; Azhar, 2025). Ferreira (2015) explora a dimensão afetiva da roupa, destacando que ela vai além de sua função prática de cobrir e proteger o corpo. Ao longo do tempo, ela se torna um objeto de memória e contemplação, perdendo seu caráter efêmero e ganhando um caráter afetivo e insubstituível. O vestuário, assim, transcende a moda e assume o papel de um produto que carrega consigo lembranças e sensações.

Inspirados em Bourdieu (1989), estudiosos do “*habitus* e do capital simbólico” compreendem o ato de vestir como um gesto de “incorporação” de estruturas sociais e de “excorporação” de identidades. Essa dupla dinâmica situacional coloca cada escolha de vestuário no cerne de um processo discursivo, em que o corpo vestido funciona como um “campo de representações” em constante negociação (Edgerton; Roberts, 2014). Além disso, a moda circula ideologias: estilos dominantes revelam hierarquias de poder e acesso a recursos simbólicos, enquanto estéticas alternativas – como *streetwear* ou trajes tradicionais resgatados por comunidades marginais – utilizam a indumentária para contestar normas e reivindicar pertencimento (Dull, 2025).

Dessa forma, pode-se entender que a linguagem da moda é marcada pela efemeridade, em que tendências, cores, texturas e modelos se renovam a cada estação, seguindo um calendário próprio (coleção de verão e inverno, por exemplo). No entanto, essa efemeridade coexiste com a perenidade da linguagem intrínseca às roupas (Lipovetsky, 1989). Em contrapartida, a linguagem da roupa transcende o calendário

das tendências. Ela se immortaliza na memória coletiva ao ser inserida em contextos afetivos e de lembranças. As roupas não são apenas manifestações momentâneas de estilo, são portadoras de histórias vividas. Cada peça se torna um elo íntimo com a história pessoal e coletiva, registrando experiências e tornando-se um canal de comunicação com o passado. Assim, a roupa não é apenas uma expressão momentânea de uma moda passageira; é um arquivo ambulante de lembranças (Bourdieu, 1989; Barthes, 2009; Dutra; Miranda, 2013; Ferreira, 2015; Hall, 2016; Nengsi; Azhar, 2025).

Na essência, a linguagem da moda é fugaz, refletindo as rápidas mudanças culturais e estéticas, enquanto a linguagem da roupa mantém uma conexão mais duradoura com as memórias, transcendendo o tempo cronológico. Essa dualidade entre efemeridade e permanência destaca o papel complexo que as roupas desempenham na construção da memória coletiva, conectando o presente com as histórias do passado. Assim, a linguagem não verbal das roupas na moda é uma forma complexa e rica de comunicação, em que as escolhas de vestuário transcendem sua funcionalidade básica para se tornarem expressões simbólicas que constroem significados e carregam mensagens em um contexto cultural e social específico.

4 TRAJETÓRIA METODOLÓGICA

Assim como Candido (2006) discute a interconexão entre a obra de arte, o público e o efeito, Santos (2003) ressalta que a memória, de maneira análoga, é um fenômeno social e individual entrelaçado pela família e pelos grupos sociais. Esse diálogo entre a arte e a memória revela que, sociologicamente, tanto a arte quanto a memória são sistemas simbólicos de comunicação e construção de significados, indicando uma relação intrínseca entre os dois campos.

E, considerando que a moda, enquanto manifestação cultural, tal qual uma obra de arte, desempenha um papel significativo na construção da memória coletiva e na expressão da identidade individual e social, este diálogo entre moda,

memória e identidade é complexo, envolvendo uma interconexão de elementos culturais que se entrelaçam nas escolhas vestimentares. No intuito de fazer uma análise sobre o papel da moda como expressão cultural e artística e responder à questão norteadora desta reflexão, a trajetória metodológica envolve, primeiramente, uma pesquisa exploratória. Para tanto, foi realizado um estudo da arte por meio de uma investigação bibliográfica, a partir de publicações de autores que corroboram os principais conceitos acerca da temática (Prodanov; Freitas, 2013).

Serão utilizadas como base as reflexões abordadas no referencial teórico acerca da memória, identidade e signos (Pollak, 1992; Santos, 2003; Candido, 2006; Dutra; Miranda, 2013; Hall, 2015, 2016), somados aos conceitos das roupas como uma linguagem não verbal (Lipovetsky, 1989; Barthes, 2009; Dutra; Miranda, 2013; Ferreira, 2015; Hall, 2015). Sugere-se, assim, a utilização desses conceitos em uma trajetória, visando identificar padrões de representação simbólica, signos culturais e construção de narrativas pessoais. O processo será conduzido por meio da investigação das escolhas de vestuário de familiares e amigos, apoiado em fotografias e relatos pessoais que abordam os sentimentos associados à seleção de cada item. Quanto à abordagem metodológica, este estudo adota uma perspectiva fenomenológica, com o intuito de revelar a natureza intrínseca dos dados, elucidando-os. Essa abordagem restringe-se aos aspectos fundamentais do fenômeno, buscando compreendê-lo por meio da intuição e focalizando exclusivamente o dado ou o fenômeno, independentemente de sua natureza ser real ou fictícia (Prodanov; Freitas, 2013). Dessa forma, segundo Martins, Boemer e Ferraz (1990), a análise fenomenológica busca descrever, sem buscar explicações causais, a essência invariante do fenômeno, focalizando-se na descrição para revelar o sentido que se doa ao sujeito por meio do campo dos significados.

Dada a natureza qualitativa deste estudo, optou-se por uma amostragem não probabilística intencional (Patton, 2002), com o objetivo de abar-

car diferentes gerações e gêneros, permitindo uma compreensão comparativa das narrativas de moda. Selecionaram-se seis participantes, todos conhecidos dos pesquisadores, distribuídos por faixas etárias e gênero, conforme segue: Entrevistado 1: mulher, 61 anos; Entrevistado 2: homem, 62 anos; Entrevistado 3: mulher, 32 anos; Entrevistado 4: mulher, 28 anos; Entrevistado 5: homem, 31 anos; e Entrevistado 6: homem, 24 anos. A coleta foi realizada entre 26 e 30 de novembro de 2023.

Esse critério de seleção – inspirado em Flick (2018) e Boisot (2010) – justifica-se pela necessidade de captar a diversidade de vivências e representações geracionais, de modo a revelar diferenças e semelhanças nos processos de atribuição de significado às peças de vestuário. Em consonância com a reflexão realizada a partir do texto de Candido (2006), que enfatiza a base da vida social na narrativa de histórias, tem-se o questionamento se os indivíduos atribuem significados às suas vestimentas a partir de memórias, desenvolvendo, assim, uma conexão emocional significativa. Portanto, solicitou-se a esses seis participantes que selecionassem uma peça de seu guarda-roupa e enviassem um relato pessoal, delineando as razões por trás da escolha desta peça e compartilhando uma narrativa associada a ela, podendo abranger lembranças específicas, experiências vivenciadas com a peça ou mesmo detalhes sobre sua aquisição.

Dessa forma, seguindo a fenomenologia, a análise foi dividida em quatro etapas: a) leitura integral da descrição, sem buscar interpretações ou identificar atributos, visando obter um sentido; b) uma segunda leitura para identificar unidades de significado, destacando perspectivas específicas e focando no fenômeno; c) expressar seu significado intrínseco às unidades identificadas, com ênfase nas unidades mais reveladoras do fenômeno; d) sintetizar as unidades de significado para estabelecer uma estrutura abrangente do fenômeno (Martins; Boemer; Ferraz, 1990). Por conseguinte, a seguir, serão apresentados a análise e os resultados acerca da pesquisa.

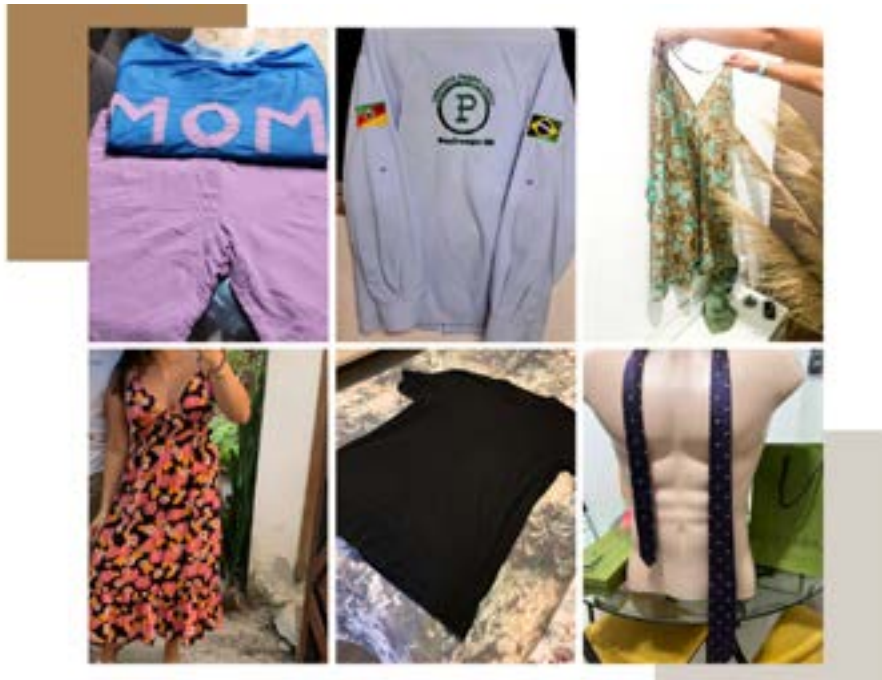
5 ANÁLISE E RESULTADOS

Conforme discutido anteriormente, a memória consiste em um processo intrinsecamente ligado à busca de significado. A percepção, a imaginação, a lembrança, o pensamento e o raciocínio são manifestações cognitivas que se entrelaçam na construção da significação (Santos, 2003). Dessa forma, a memória individual não é um mero arquivo estático de eventos passados, mas uma construção ativa, moldada pela busca de sentido. Tomando como base a perspectiva de Candido (2006) sobre a importância da narrativa na vida social, compreendemos que as pessoas se co-

nectam por meio de histórias, desenvolvendo conexões emocionais e atribuindo significados. A moda, então, torna-se uma narrativa visual que transcende o aspecto estético, transformando escolhas individuais de vestimenta em memórias tangíveis.

Com o propósito de começar pela observação visual, antes de abordar os significados subjacentes, a Figura 1 exibe um painel com as peças de vestuário selecionadas pelos seis entrevistados, englobando um pijama, uma camisa, dois vestidos, uma camiseta e uma gravata.

Figura 1 – Escolhas vestimentares como um meio de contar histórias



Fonte: Elaborada pelos autores (2023).

No escopo deste estudo, optou-se deliberadamente por não utilizar fotografias dos participantes vestindo as peças de roupa selecionadas e, sim, imagens das próprias peças em si. Em primeiro lugar, dentro da abordagem fenomenológica, o que se busca é a vivência subjetiva do fenômeno – a relação afetiva com a peça de roupa – e não a exteriorização visual direta do corpo vestido. Segundo Merleau-Ponty (1999), a experiência do mundo é sempre encarnada, mas o que nos interessa são os sentidos que os sujei-

tos atribuem às coisas vividas e não a reprodução objetiva da imagem. A fenomenologia visa captar os significados intencionais, ou seja, aqueles que emergem da consciência em relação a um objeto, e não necessariamente o objeto em sua aparência empírica. Nesse sentido, a peça de roupa adquire sua relevância simbólica no campo do relato, da memória e da narrativa – e não exclusivamente na imagem do corpo que a veste. Por envolver dimensões simbólicas e subjetivas, a confiança e o respeito à autonomia do sujeito são elementos

cruciais para a profundidade e a autenticidade dos dados (Flick, 2018).

Dessa forma, seguindo para a análise fenomenológica, iniciou-se pela primeira etapa por meio de uma leitura integral das seis histórias referentes às escolhas das peças do vestuário, sem buscar interpretações ou identificar atributos, visando obter um sentido. Após isso, realizou-se uma segunda leitura com o intuito de identificar unidades de significado, destacando perspectivas específicas e focando no fenômeno – o qual consiste em como as escolhas individuais de peças de roupa, ao serem analisadas sob a perspectiva da representação simbólica, signos culturais e memória coletiva, revelam a moda como forma de expressão artística e cultural –, entrelaçando-se com as narrativas pessoais e sociais. Por meio dessas narrativas, pode-se atribuir quatro categorias de unidades de significado: a) "memória de origem da peça"; b) "memória de lugares entrelaçados"; c) "memória viva de relacionamentos" e; d) "identidade (moda *versus* gosto pessoal)". Com a categorização, foram atribuídos os significados intrínsecos às unidades identificadas, relacionando-os com os conceitos abordados no referencial teórico.

No que diz respeito à primeira unidade, de "memória de origem da peça", observam-se histórias que se entrelaçam com a aquisição de cada peça, desvendando os momentos únicos e as narrativas por trás da escolha inicial. A escolha do pijama está intrinsecamente ligada à jornada de aprendizado da filha na área de corte e costura, tornando-se um símbolo do início da trajetória dela na moda, carregando consigo um significado especial e uma conexão emocional. A camisa evoca lembranças de uma época marcante do entrevistado com seus filhos pequenos, cada um montado em seu cavalo. Os momentos compartilhados, especialmente durante a escolha dos nomes para os potros recém-nascidos, tornaram cada nascimento um evento extraordinário. Quanto ao vestido, segundo a entrevistada, foi adquirido recentemente na Praia do Rosa, onde a busca persistente por um vestido de seda indiana nas tonalidades de verde-água e marrom,

suas cores favoritas, culminou em um encontro inesperado no centro.

As declarações reforçam a visão de que, para algo ser retido na memória, precisa ter um significado pessoal para o indivíduo, sendo que a memória não opera de maneira automática, mas, sim, por meio de julgamentos conscientes. Como ilustrado nas narrativas sobre as peças de roupa, a relevância das memórias associadas a esses itens está intrinsecamente ligada às experiências vivenciadas, à singularidade dos momentos compartilhados e às escolhas pessoais. Além disso, as roupas são elementos tangíveis da nossa realidade material, e sua importância transcende sua natureza física. Elas não apenas existem, mas desempenham um papel ativo na construção e transmissão de significados, atuando como veículos de narrativas e expressões simbólicas que se entrelaçam com a complexidade da memória individual e coletiva (Santos, 2003; Hall, 2016).

Nesse sentido, referente à unidade de "memória de lugares entrelaçados", viajamos pelos espaços que se tornaram palco para as aventuras das roupas, revelando como lugares específicos se fundem com as tramas pessoais de cada vestimenta. A camisa é originária de uma época especial em que possuía uma cabanha, onde criava cavalos e gado, remete a um cenário único e marcante. Quanto ao vestido adquirido na Praia do Rosa, tornou-se um símbolo de superação e conquista, visto que, para a entrevistada, a memória do Rosa está impregnada de um fim de semana dedicado ao *surf*, repleto de desafios e lições, onde enfrentou o medo de entrar na água novamente após ter quebrado o pé surfando, um ano atrás, transformando o vestido em um testemunho material desse momento significativo. Já a gravata, com estampa de abelhas, tem sua história entrelaçada a dois momentos especiais. Primeiro, sua compra ocorreu de forma instantânea durante uma visita a Curitiba, em um *show* do Harry Styles, quando a harmonia entre a peça e o momento vivido tornou a aquisição memorável. Depois, ela passou a representar uma expressão de carinho para a esposa, apaixonada por abelhas, pois foi usada pelo entrevistado na

formatura dela, agregando significado afetivo e reforçando o valor simbólico da peça.

Evidencia-se, portanto, como a linguagem das roupas se vincula a símbolos de narrativas. Quando atribuímos significado a um objeto, estamos conectando-o a uma lembrança específica, dando origem a uma história a partir dessa memória. Dada a natureza social da vida, baseada na troca de histórias, seja por meio de experiências pessoais, relatos de amigos e familiares, as pessoas constroem conexões, desenvolvem emoções e atribuem significados, contribuindo para a rica tapeçaria de narrativas entrelaçadas (Candido, 2006; Ferreira, 2015; Hall, 2016).

Já, quanto à terceira unidade de significado, "memória viva de relacionamentos", adentramos nos capítulos vivos das relações humanas, em que as peças de roupa desempenham papéis significativos, contando histórias que se entrelaçam com as pessoas e os laços emocionais que as unem. O pijama foi confeccionado pela filha da entrevistada durante suas primeiras aulas de corte e costura, foi dado de presente no Dia das Mães e simboliza não apenas sua habilidade, mas também a conexão especial entre mãe e filha. A camisa, associada às práticas do laço comprido, para além das recordações dos filhos, evoca lembranças de eventos esportivos cercados por amigos, imortalizando momentos alegres e inesquecíveis. A camiseta preta, apesar de ser a cor preferida do entrevistado, apresenta dificuldade em ser usada, pois está sempre cheia de pelo de gato, remetendo às duas gatas que ele possui.

Por meio dessas narrativas, evidencia-se o tecido que compõe a memória, uma trama entrelaçada de construções sociais e experiências individuais. As histórias contadas pelas peças de roupa destacam a natureza dual das memórias, que, embora originadas de vivências pessoais, transcendem para o âmbito coletivo por meio de conexões com outros indivíduos e o contexto social circundante. Essa dinâmica revela que, quando imersas em determinado contexto, as roupas adquirem um significado mais profundo, transformando-se de objetos efêmeros em portadores de memórias afetivas e singulares.

Nesse processo, a interseção entre o pessoal e o social se destaca como elemento fundamental na construção do significado das peças de vestuário (Santos, 2003; Dutra; Miranda, 2013; Ferreira, 2015).

E, por fim, a unidade de "identidade (moda *versus* gosto pessoal)" envolve como as escolhas de vestuário se tornam expressões visuais de uma identidade em constante negociação entre as tendências e as preferências individuais. A camiseta preta foi eleita, pois consiste na cor preferida do entrevistado e por proporcionar uma sensação de magreza e conforto, segundo ele. Já o vestido floral preto conta uma história em que inicialmente era evitado devido à falta de conforto e confiança e, ao voltar a utilizá-lo, tornou-se uma expressão transformadora à medida que o tempo e o autoconhecimento amadureceram. A entrevistada também escreveu que a roupa, nesse contexto, é vista como uma linguagem que comunica emoções interiores e transformações pessoais. Já a gravata, por sua vez, carrega um simbolismo multifacetado, representando uma mistura de nostalgia e afeto. Desde a infância, o sonho de trabalhar diariamente de terno e gravata persiste como uma manifestação da identidade, marcando uma conexão profunda entre a expressão visual e a jornada pessoal.

Nesta última unidade de significado, percebe-se a convergência entre a linguagem do vestuário, que carrega signos profundamente afetivos e memórias vinculadas a pessoas ou momentos específicos, e à linguagem da moda. Esta última, intrinsecamente ligada à roupa, manifesta-se nas tendências que renovam cores, texturas e modelos a cada estação. Essa interseção destaca que a linguagem não verbal das roupas na moda é uma forma complexa e expressiva de comunicação. As escolhas de vestuário, ao transcenderem sua função básica, transformam-se em expressões simbólicas que constroem significados e transmitem mensagens em um contexto cultural e social particular (Lipovetsky, 1989; Barthes, 2009; Dutra; Miranda, 2013; Ferreira, 2015).

A análise fenomenológica das narrativas revela uma riqueza de significados associados às escolhas individuais de vestimenta. Cada relato

é permeado por memórias, experiências e sentimentos que transcendem a funcionalidade da roupa, demonstrando como o vestuário se torna um portador de significados e uma expressão tangível de narrativas pessoais. Em síntese, a partir desta reflexão, pode-se perceber que as escolhas de vestimenta não são arbitrárias, ao contrário, são carregadas de significados e memórias, refletindo a complexidade da relação entre moda, identidade e narrativas pessoais. O vestuário emerge como um meio de comunicação visual que transcende a efemeridade das tendências, ancorando-se nas histórias e experiências individuais e coletivas.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

No universo multifacetado da moda, as vestimentas transcendem a mera funcionalidade, emergindo como objetos que entrelaçam memória, identidade e expressão cultural. As roupas são veículos carregados de significados, funcionando como elementos simbólicos que constroem narrativas pessoais e sociais. A compreensão da memória como um fenômeno ativo revela que as escolhas individuais de vestuário não são simplesmente atos de vestir, mas, sim, processos repletos de construção de significados que dialogam com a história pessoal e coletiva. Ao mergulharmos nas análises semióticas, desvendamos o código da moda como uma linguagem complexa, em que cores, texturas e estampas são elementos vocabulares que formam uma narrativa visual (Pollak, 1992; Santos, 2003; Barthes, 2009; Dutra; Miranda, 2013).

Dessa forma, considera-se que as roupas se tornam documentos sociais que assumem a identidade de seu usuário, transformando-se em registros tangíveis de momentos e histórias. A interseção entre roupas e memória, revelada por meio desta pesquisa, propõe um mergulho profundo nas camadas simbólicas que permeiam nossas escolhas diárias de vestuário, desvendando conexões entre o que vestimos e a rica tapeçaria da memória cultural e individual (Candido, 2006; Barthes, 2009; Ferreira, 2015).

A análise fenomenológica das narrativas evi-

dencia a riqueza de significados associados às peças de roupa, revelando que o vestuário é mais do que um simples meio de cobrir o corpo, é um veículo de comunicação visual carregado de simbolismo e memória. Cada peça conta uma história única, entrelaçando-se com momentos marcantes na vida dos entrevistados. A escolha consciente de cada item reflete a natureza ativa da memória, que opera por meio de julgamentos conscientes, conectando o passado ao presente de maneira significativa. Além disso, a interseção entre a linguagem do vestuário e a linguagem da moda destaca que as escolhas de vestimenta transcendem sua função básica, transformando-se em expressões simbólicas que constroem significados em um contexto cultural e social específico. Evidencia-se, também, a reflexão realizada a partir da leitura do texto "A literatura e a vida social", de Candido (2006), em que percebemos que, mesmo inconscientemente, as pessoas estabelecem conexões significativas por meio de histórias originadas de lembranças vividas ao olhar para um objetivo dotado de significados, sendo esse um item do vestuário.

Ao atender à questão norteadora da pesquisa, percebemos que as escolhas individuais de peças de roupa revelam a moda como uma forma de expressão artística e cultural. O vestuário não é apenas uma manifestação das tendências do momento, mas uma linguagem rica em simbolismo, entrelaçando-se com narrativas pessoais e sociais. Assim, as escolhas de vestimenta, ao serem analisadas mediante a perspectiva da representação simbólica, signos culturais e memória coletiva, emergem como uma forma complexa e significativa de identidade. O vestuário, portanto, desempenha um papel importante na construção e transmissão de significados, contribuindo para a rica tapeçaria de narrativas entrelaçadas que compõem a vida social e cultural.

Por fim, argumenta-se que a dimensão simbólica da roupa transcende o corpo físico. Barthes (2009) já sugeria que a linguagem da moda se constrói por meio de signos e códigos que não dependem exclusivamente da materialização visual da roupa no corpo, mas que emergem do

repertório cultural e do sistema de significados compartilhados. A análise aqui proposta, portanto, ancora-se na narrativa como principal ferramenta de reconstrução do imaginário simbólico da indumentária, sendo a fotografia da peça um suporte complementar, e não o elemento central da investigação. Dessa forma, entende-se que a ausência de imagens dos corpos vestidos não compromete a análise – ao contrário, preserva a coerência epistemológica da metodologia e fortalece o caráter introspectivo e cultural da abordagem adotada.

Além disso, essa reflexão é considerada um ponto inicial de uma pesquisa mais abrangente acerca da temática proposta, visto que a análise fenomenológica não busca uma conclusão definitiva, já que o fenômeno está constantemente se revelando e se ocultando, numa perspectiva dialética.

REFERÊNCIAS

- BAKHTIN, Mikhail. **Marxismo e Filosofia da Linguagem**. 12. ed. São Paulo: Hucitec, 2006.
- BARTHES, Roland. **Sistema da moda**. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2009.
- BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1989.
- BOISOT, Michael H. **Knowledge assets: securing competitive advantage in the information economy**. Oxford: Oxford University Press, 2010.
- CANDIDO, Antonio. A literatura e a vida social. In: CANDIDO, Antonio. **Literatura e sociedade**. Rio de Janeiro: Ouro sobre Azul, 2006. p. 27-50.
- DULL, Anil. Threads of identity: how fashion shapes cultural narratives in contemporary society. **Indian Journal of Fashion Technology (IJFT)**, [s. l.], v. 2, n. 1, p. 21-24, jan./mar. 2025. Disponível em: <https://ijft.darpanonline.org/index.php/ijft/article/view/11>. Acesso em: 18 jun. 2025.
- DURAND, Gilbert. **O imaginário: ensaio acerca das ciências e da filosofia da imagem**. Rio de Janeiro: DIFEL, 1998.
- DUTRA, Lucas de Menezes; MIRANDA, Victor Fernandes Duarte. **Comunicação, moda e memória: a roupa de brechó como parte do processo de construção da narrativa do indivíduo**. 2013. 131 f. Monografia (Bacharelado em Comunicação Social) – Universidade de Brasília, Brasília, 2013. Disponível em: <https://bdm.unb.br/handle/10483/5014>. Acesso em: 18 jun. 2025.
- EDGERTON, Jason D.; ROBERTS, Lance W. Cultural capital or habitus? Bourdieu and beyond in the explanation of enduring educational inequality. **Theory and Research in Education**, [s. l.], v. 12, n. 2, p. 193-220, 2014. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1477878514530231>. Acesso em: 18 jun. 2025.
- FERREIRA, Diêgo Jorge Lobato. A moda pelo viés da memória: das passarelas para o museu. In: CONGRESSO INTERNACIONAL DE MEMÓRIA, DESIGN E MODA, 2., 2015, São Paulo. MODA DOCUMENTA: Museu, Memória e Design, Ano II, n. 1. **Anais [...]**. São Paulo: MIMO/Estação das Letras e Cores, 2015. ISSN: 2358-5269. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/359341361_A_MODA_PELLO_VIES_DA_MEMORIA_DAS_PASSARELAS_PARA_O_MUSEU_Fashion_by_bias_of_memory_the_catwalk_to_museum. Acesso em: 18 jun. 2025.
- FLICK, Uwe. **Doing qualitative data collection: charting the routes**. London: SAGE, 2018.
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 12. ed. Rio de Janeiro: Lamparina, 2015.
- HALL, Stuart. Representação, sentido e linguagem. In: HALL, Stuart. **Cultura e representação**. Tradução de Daniel Miranda e William Oliveira. Rio de Janeiro: Editora PUC-Rio; Apicuri, 2016. p. 31-56.
- LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia de Letras, 1989.
- MARTINS, Joel; BOEMER, Magali Roseira; FERRAZ, Clarice Aparecida. A fenomenologia como alternativa metodológica para pesquisa: algumas considerações. **Revista da Escola de Enfermagem USP**, São Paulo, v. 24, n. 1, p. 139-147, abr. 1990. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/0080-6234199002400100139>. Acesso em: 18 jun. 2025.
- MERLEAU-PONTY, Maurice. **Fenomenologia da percepção**. 4. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1999.
- NENGSI, Elva Gustiaeni; AZHAR, Andi. Fashion as a form of self-identity: a semiotic analysis of millennials' dress style. **Paraplu Journal**, [s. l.], v. 2, n. 1, p. 182-186, jan. 2025. Disponível em: <https://doi.org/10.70574/fdp90z76>. Acesso em: 18 jun. 2025.
- PATTON, Michael Quinn. **Qualitative research and evaluation methods**. 3. ed. Thousand Oaks: Sage, 2002.
- POLLAK, Michael. Memória e identidade social. **Estudos Históricos**, Rio de Janeiro, v. 5, n. 10, p. 200-212, 1992. Disponível em: <http://www.pgedf.ufpr.br/memoria%20e%20identidadesocial%20A%20capraro%202.pdf>. Acesso em: 18 jun. 2025.
- PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani César. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. Novo Hamburgo: FEEVALE, 2013.
- SANTOS, Myrian Sepúlveda dos. **Memória coletiva e teoria social**. São Paulo: Annablume, 2003.
- SARTRE, Jean-Paul. **O imaginário: psicologia fenomenológica da imaginação**. São Paulo: Ática S.A., 1996.

Milena Cherutti

Doutoranda em Processos e Manifestações Culturais, mestre em Indústria Criativa (2021), graduada em Moda (2018) pela Universidade FEEVALE e pós-graduada *lato sensu* em Docência na Educação Profissional e Ensino Técnico (2022) pela Universidade Anhanguera UNIDERP. Bolsista PIBPG/CNPq, atuando no Laboratório de Criatividade da Universidade FEEVALE como pesquisadora e gestora do projeto "Cluster GameRS: Cluster de Jogos Digitais do Rio Grande do Sul".

Cristiano Max Pereira Pinheiro

Formado em Publicidade e Propaganda (1999), mestre em Comunicação Social (2002) e doutor em Comunicação Social, pela PUCRS. Até 2024, foi coordenador e professor no PPG de Indústria Criativa da Universidade FEEVALE, em Novo Hamburgo/RS. Atualmente, é coordenador e professor no PPG de Comunicação Social da PUCRS. Articulador do setor de Economia Criativa, participa de grupos de desenvolvimento de políticas articuladas com o Governo Federal e coordenador do projeto "Cluster GameRS: Cluster de Jogos Digitais do Rio Grande do Sul".

Endereço para correspondência

Milena Cherutti

Universidade FEEVALE
ERS-239, 2755
Vila Nova, 93525-075
Novo Hamburgo, RS, Brasil

Cristiano Max Pereira Pinheiro

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS)
Av. Ipiranga, 6681
Partenon, 90619-900
Porto Alegre, RS, Brasil

Os textos deste artigo foram revisados pela Texto Certo Assessoria Linguística e submetidos para validação dos autores antes da publicação.