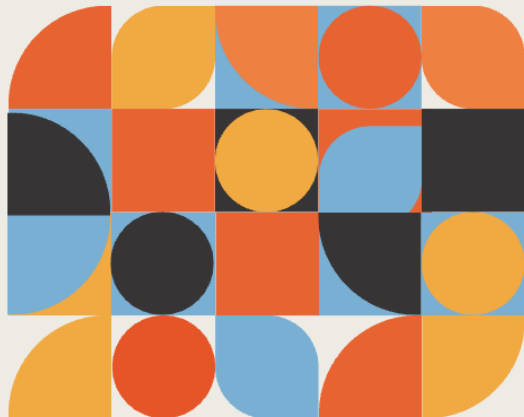




VESTINDO HISTÓRIAS: RELATO DE EXPERIÊNCIA DO PROJETO REVIVA MODA

Wearing Stories: Experience Report on Projeto Reviva Moda

Neves, Erika Duque; Graduanda; Universidade Veiga de Almeida
duquerika@gmail.com

Sabino, Laura Beatriz dos Santos; Mestranda; Universidade Feevale
lauramarinhosabino@gmail.com

Souza, Livia Juliana Silva Solino de; Mestre; IFRN
livia.solino@ifrn.edu.br

Resumo: O projeto Reviva Moda teve como objetivo a produção das roupas dos sonhos de um grupo de idosos que vivem numa instituição de longa permanência para idosos. A produção das vestimentas foi realizada por discentes do Curso superior de tecnologia (CST) em Design de Moda, que ficaram responsáveis por reproduzir histórias e sentimentos relatados por eles, através dos tecidos e modelagens. O presente artigo objetivou mostrar as etapas realizadas no projeto através de um relato de experiência.

Palavras chave: Idosos; Memória afetiva; moda.

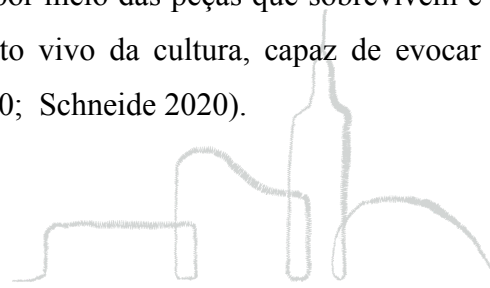
Abstract: The Reviva Moda project aimed to produce the ‘dream clothes’ for a group of elderly people living in a long-term care facility. The garments were created by students of the Higher Technology Course (CST) in Fashion Design, who were responsible for translating the stories and feelings shared by the residents into fabrics and patterns. This article aimed to present the stages carried out in the project through an experience report.

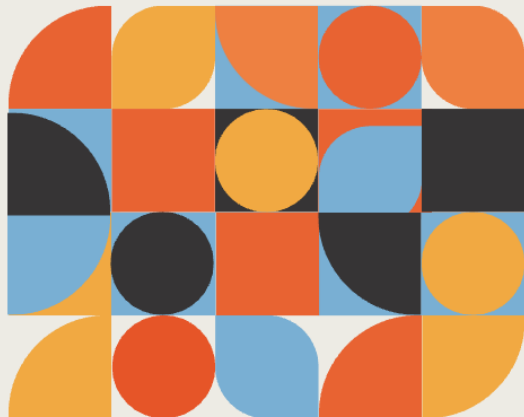
Keywords: Elderly; emotional memory; fashion.

Introdução

A moda é muito mais do que uma simples manifestação estética, ela reflete as constantes transformações das exigências e valores dos grupos sociais ao longo do tempo. O vestuário atua como uma espécie de linguagem visual que revela as práticas culturais e sociais de uma época, e carrega consigo as memórias afetivas de quem o utiliza. A roupa, enquanto objeto material, torna-se um elo entre o indivíduo e sua história, funcionando como uma “segunda pele” que incorpora trajetórias, experiências e emoções.

Essa relação entre moda e memória permite revisitar o passado por meio das peças que sobrevivem e convida à reflexão sobre como a indumentária atua como um fragmento vivo da cultura, capaz de evocar lembranças e sentimentos que ultrapassam sua função original (Chauí, 2000; Schneide 2020).





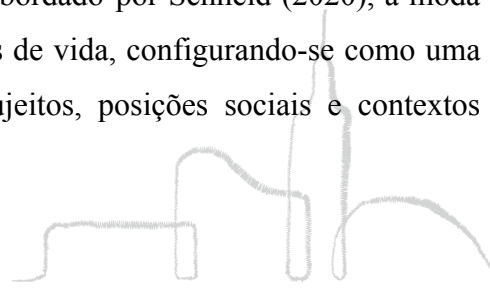
O presente artigo explana experiências provenientes do projeto de extensão REVIVA MODA, ofertado no curso superior de Tecnologia em Design de Moda pelo IFRN campus Caicó. A ação exerceu o papel de conectar alunos à experiências sociais com o público idoso do abrigo Professor Pedro Gurgel. O projeto teve início em 2021, visitando o abrigo para tomar nota sobre os cinco idosos participantes do projeto. No primeiro instante, conversas relevantes foram trocadas e posteriormente analisadas, para que pudesse começar a desenvolver os produtos de moda com base na interpretação das memórias afetivas. Todas as etapas de produção do protótipo e do produto final, ficaram divididas entre os voluntários do projeto e, ao todo, foram confeccionados quatro vestidos e uma camisa social masculina.

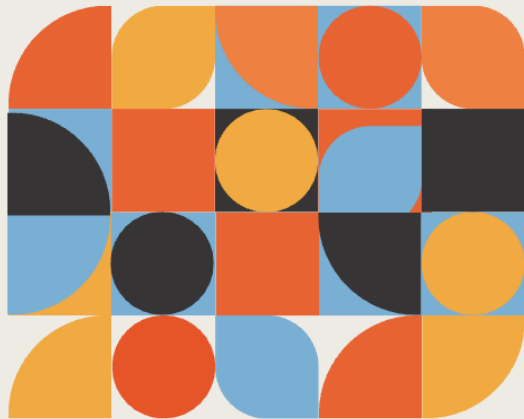
No segundo contato, o objetivo era experimentar os protótipos nos participantes, conferindo se seria necessário algum tipo de ajuste, sendo uma etapa indispensável por conta dos testes de usabilidade, principalmente por se tratar de um público sensível. O Reviva Moda finalizou em maio de 2022 com a entrega das roupas durante uma tarde de acolhimento com os idosos, tendo de registros fotográficos, maquiagem e uma doação de alimentos, por parte dos alunos da instituição, para o abrigo.

Este artigo trata-se de um relato de experiência derivado de um projeto de extensão, que ao final, mostrou-se satisfatório, visto que além de conseguir resultados positivos quanto aos objetivos específicos de obter vínculos afetivos com os idosos e utilizar como impulso para a criação das roupas, contribuiu para o bem estar e lazer dos idosos do abrigo Professor Pedro Gurgel, por meio de conversas informais em visitas periódicas ocorrendo troca de experiências com eles, os discentes e professores. Finalizado com sucesso, o objetivo principal do projeto, que era proporcionar aos idosos as suas roupas dos sonhos, foi atendido.

Memória afetiva e o vestir

Discutir sobre a moda é entender que ela é um sistema complexo de significados, construído social e culturalmente, que vai além da simples escolha de vestimentas. Como abordado por Schneid (2020), a moda pode ser percebida nos costumes, nos estilos de uma época e nas formas de vida, configurando-se como uma expressão da cultura carregada de códigos implícitos que revelam sujeitos, posições sociais e contextos





20^º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

históricos. O vestuário, nesse sentido, não é apenas um objeto funcional ou estético, mas um indício das estruturas sociais, das práticas culturais e dos modos de viver de uma determinada época.

A moda desempenha um papel ativo na construção da memória social, pois, é comum que ao revisitar uma lembrança, as pessoas citam detalhes como a roupa que usavam ou os acessórios que compunham aquele momento, demonstrando como o vestir atua como mediador da memória (Schneid, 2020).

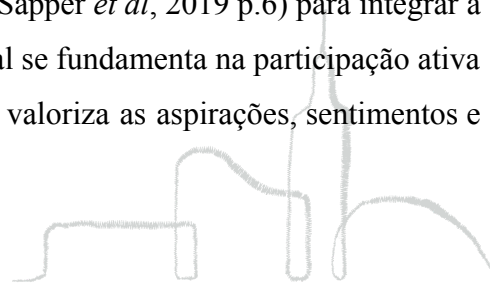
Ao refletir sobre o papel da memória, Chauí (2000, p. 158) afirma: “A memória é uma evocação do passado. É a capacidade humana para reter e guardar o tempo que se foi, salvando-o da perda total. A lembrança conserva aquilo que se foi e não retornará jamais”. Partindo desse pressuposto, é possível compreender roupas e acessórios como arquivos sensíveis que preservam uma realidade que já não existe mais, mas que continua viva na materialidade desses objetos guardados por seus donos.

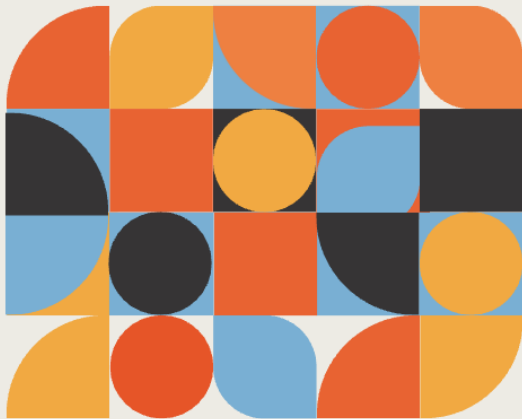
Por fim, Silveira (2018) destaca que muitas pessoas associam roupas da infância ou peças como as roupinhas de bebê de seus filhos a momentos carregados de afeto e nostalgia, fazendo um entrelaço entre a moda e a memória. Dessa maneira, a vestimenta utilizada remete a experiências que foram vividas e carrega em si uma carga histórica própria, sendo parte integrante do momento vivido. Assim, a roupa atua simultaneamente como um marcador temporal e um elemento afetivo que sustenta narrativas.

Design emocional como estratégia de aproximação com o usuário

O design emocional tem se destacado como uma abordagem relevante no desenvolvimento de produtos que estabelecem conexões significativas com os usuários. Para Sapper *et al.* (2019), as emoções impactam na relação entre usuário e objeto, podendo contribuir para vínculos mais duradouros e afetivos, podendo reduzir o descarte precoce do mesmo. Mendonça *et al.* (2021) reforçam essa perspectiva ao apontar que projetos de design que visam gerar experiências positivas devem incorporar valores humanos e afetivos, uma vez que as emoções influenciam diretamente as decisões de compra e atribuem novos significados aos produtos.

Entre as abordagens propostas por Desmet e Hekkert (2009, *apud* Sapper *et al.*, 2019 p.6) para integrar a emoção ao processo de design, destaca-se a que tem foco no usuário, a qual se fundamenta na participação ativa dos indivíduos ao longo do desenvolvimento do projeto. Essa abordagem valoriza as aspirações, sentimentos e





memórias dos usuários como elementos criativos importantes, utilizando métodos de co-criação e técnicas generativas para acessar o universo subjetivo de cada pessoa.

No contexto deste artigo, essa perspectiva se mostra relevante, uma vez que o processo de criação das peças de vestuário foi construído a partir de entrevistas com idosos, nas quais compartilharam suas memórias afetivas e imaginaram sua “roupa dos sonhos”. Ao colocar o usuário no centro da concepção, o design emocional gera produtos mais significativos e promove vínculos afetivos e identitários.

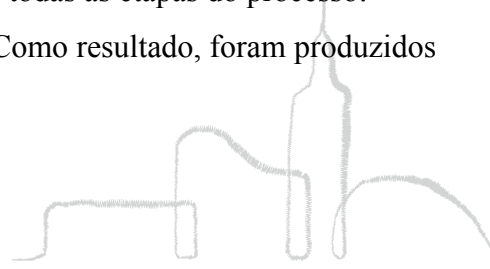
Procedimentos metodológicos

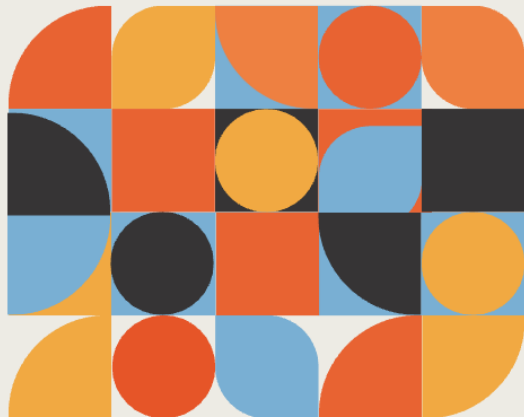
Este artigo configura-se como um relato de experiência e adotou como metodologia a pesquisa-ação. Segundo Corrêa *et al.* (2018), esse tipo de investigação descreve situações concretas por meio da observação e da atuação em contextos sociais específicos. “Por ser uma pesquisa qualitativa, a pesquisa-ação conferirá aos dados obtidos e observados sempre um caráter descritivo e rico em significados, considerando contexto/ambiente natural em que se desenvolve a investigação” (Corrêa *et al.*, 2018, p. 2). Além disso, a pesquisa possui natureza aplicada, com objetivos de caráter exploratório-descritivo e abordagem predominantemente qualitativa, conforme definido por Gil (2008).

Relato de experiência

O projeto teve início no ano de 2021, com uma visita ao abrigo no intuito de conhecer os idosos que participariam do projeto que, ao todo, totalizaram cinco participantes. Foram coletadas informações dos participantes do projeto através de entrevistas, com o objetivo de conhecer suas histórias de vida e compreender de que maneira as vestimentas se relacionam com essas trajetórias e memórias pessoais.

Após a realização das entrevistas, as respostas foram analisadas, dando início ao planejamento para a produção das peças e à criação dos croquis, com base na interpretação das memórias afetivas dos participantes. Cada aluno ficou responsável pela confecção de uma peça, participando de todas as etapas do processo: modelagem, moulage, corte e costura, como mostrado abaixo na figura 1. Como resultado, foram produzidos quatro vestidos e uma camisa social masculina com botões.





20º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

Figura 1: Processo de produção das peças



Fonte: Elaboração própria, 2024.

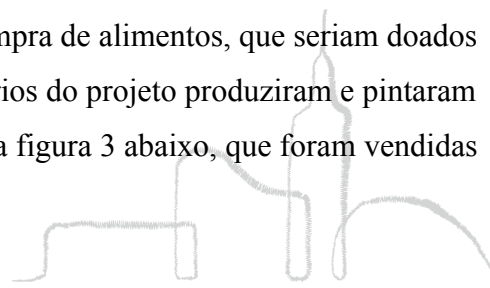
Um segundo encontro foi realizado com o objetivo de experimentar os protótipos nos participantes (figura 2), garantindo o ajuste adequado das peças antes da confecção final. Essa etapa foi essencial para evitar problemas de vestibilidade e assegurar que as roupas fossem produzidas de acordo com as medidas e necessidades de cada idoso.

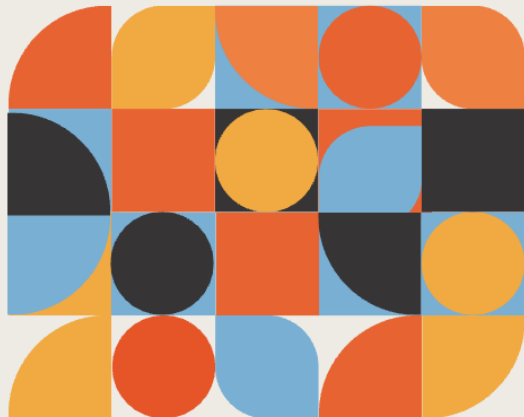
Figura 2: Prova dos protótipos



Fonte: Elaboração própria, 2024.

Durante o período entre a produção das peças finais e o momento da entrega, foi realizada uma campanha entre os alunos com o objetivo de arrecadar recursos para a compra de alimentos, que seriam doados ao abrigo no dia da entrega das roupas. Para essa ação, os alunos voluntários do projeto produziram e pintaram manualmente uma quantidade significativa de ecobags, como mostrado na figura 3 abaixo, que foram vendidas





20º COLÓQUIO DE MODA

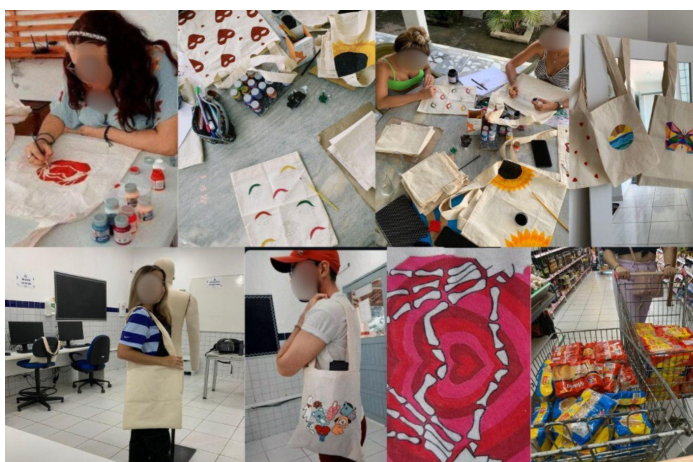
19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

na instituição pelo valor simbólico de dez reais cada. Todo o montante arrecadado com as vendas foi destinado integralmente à compra de alimentos para doação ao abrigo.

Figura 3: Ação de produção de ecobags para doação de alimentos



Fonte: Elaboração própria, 2024.

Para a finalização das atividades do projeto, foi realizada uma última visita ao abrigo, acompanhada da produção de uma sessão de moda e na ocasião, foi montado um mini estúdio fotográfico, onde os idosos foram preparados com um “dia de beleza” para serem fotografados usando as peças desenvolvidas pelos discentes (figuras 4 e 5).

Figura 4: Produção das participantes para as fotos



Fonte: Elaboração própria, 2024.



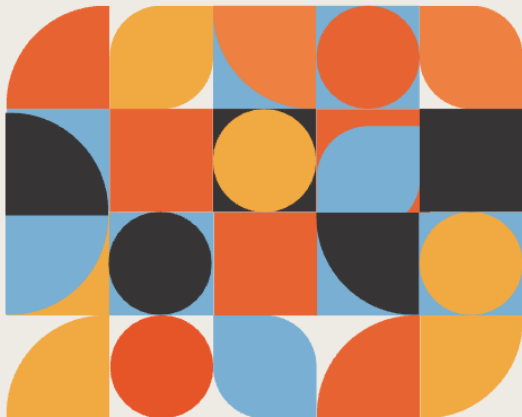


Figura 5: Participantes com as roupas confeccionadas no projeto



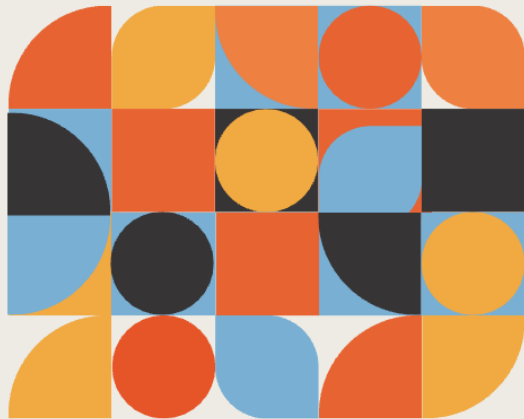
Fonte: Elaboração própria, 2024.

A experiência proporcionada pelo projeto demonstrou a capacidade do design emocional, da memória afetiva, e a importância do cuidado, da escuta e da valorização das vivências dos mais velhos. Mais do que roupas, foram criados vínculos, resgatadas histórias e celebradas identidades de pessoas consideradas “esquecidas” na sociedade. Vale ressaltar que o projeto teve início com cinco participantes, mas infelizmente, devido a questões de saúde uma das idosas faleceu antes de ter o projeto finalizado e ver sua peça pronta.

Considerações finais

O projeto Reviva Moda evidenciou o potencial do *Design* de Moda como ferramenta de transformação social, indo muito além de sua função estética e mercadológica. Ao possibilitar a criação das “roupas dos sonhos” para idosos em uma instituição de longa permanência (abrigo), a iniciativa reafirmou a moda como ponte entre memória afetiva, identidade e bem-estar. A escuta sensível das histórias de vida, traduzidas em tecidos e modelagens, somou-se à experiência prática dos discentes, que atuaram de forma colaborativa em todas as etapas. Mediante o exposto, o artigo confirma a moda como linguagem de afeto e pertencimento, capaz de resgatar dignidade, promover saúde mental e fortalecer vínculos entre gerações, deixando como legado um modelo inspirador de como o Design pode servir à sociedade de forma sensível e significativa.





20^º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

Referências

CHAUÍ, Marilena. Convite à filosofia. São Paulo: **Ática**, 2000. Disponível em: https://home.ufam.edu.br/andersonlfc/Economia_Etica/Convite%20%20Filosofia%20-%20Marilena%20Chaui.pdf. Acesso em: 25 jun. 2025.

CORRÊA, Giovana Camila Garcia; DE CAMPOS, Isabel Cristina Pires; ALMAGRO, Ricardo Campanha. Pesquisa-ação: uma abordagem prática de pesquisa qualitativa. **Ensaios pedagógicos**, v. 2, n. 1, p. 62-72, 2018. Disponível em: <https://www.ensaiospedagogicos.ufscar.br/index.php/ENP/article/view/60>. Acesso em: 27 jun. 2025.

DA SILVEIRA, Laiana Pereira. Moda e Memória: a importância da vestimenta para a construção de memórias afetivas. **Achiote. com-Revista Eletrônica de Moda**, v. 6, n. 1, 2018. Disponível em: <https://revista.fumec.br/index.php/achiote/article/view/6560>. Acesso: em 25 jun. 2025.

DE MOURA MENDONÇA, Ricardo et al. Elementos do design emocional e semântica na concepção da toalha de mesa visando ativar a memória afetiva. **Modapalavra e-periódico**, v. 14, n. 34, p. 191-215, 2021. Disponível em: <https://www.revistas.udesc.br/index.php/modapalavra/article/view/17333/13465>. Acesso em: 26 jun. 2025.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. Editora Atlas SA, 2008.

SAPPER, Stella Lisboa et al. Uma contribuição do design emocional para o desenvolvimento de produtos com abordagem do slow fashion. **Blucher Design Proceedings. Blucher**, 2019. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/195079/001092880.pdf?sequence=1>. Acesso em: 27 jun. 2025.

SCHNEID, Frantieska Huszar. Moda e memória através de fotografias: relatos de experiência. **MEMÓRIA & PATRIMÔNIO**, p. 49. Disponível em: https://wp.ufpel.edu.br/ppgmp/files/2020/01/Mem%C3%B3ria__Patrim%C3%B4nio_-_Volume_2__compressd-1.pdf#page=49. Acesso em: 27 jun. 2025.

