

IMPULSIONAMENTO DAS RELAÇÕES FAMILIARES: CRIAÇÃO DE MEMÓRIAS ENTRE PAIS E FILHOS

Boosting family relationships: creating memories between parents and children

Silva, Beatriz Maria Leme da; Graduanda; Universidade Estadual de Londrina
beatrizmarialeme04@gmail.com¹

Bellé, Esthefane Lima; Graduanda; Universidade Estadual de Londrina
esthefanelimabelle@hotmail.com²

Silva, Maria Antonia Romão da; Doutora; Universidade Estadual de Londrina
maria.antonio.romao@gmail.com³

Resumo: O artigo apresenta a pesquisa para desenvolver uma coleção infantil focada na memória afetiva, visando promover a interação entre pais e filhos de diferentes gerações. Utilizando modelagem nostálgica, o projeto "Crescer Cultivando Memórias" explora o design emocional e afetivo na moda, criando experiências que evocam sensações. A pesquisa incluiu experimentação e confecção de protótipos para entender como oportunizar através de roupas infantis meios para compartilhar emoções e fortalecer os laços familiares.

Palavras-chave: Vestuário de moda; design afetivo e emocional; aspectos sensoriais.

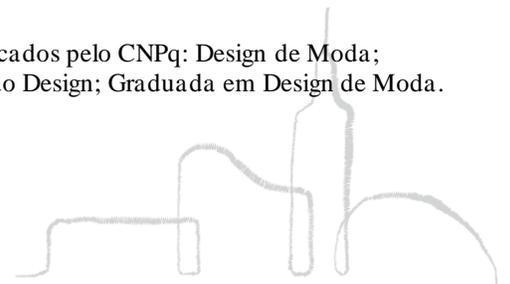
Abstract: The article presents research aimed at a children's collection developed and focused on emotional memory to promote interaction between parents and children across different generations. Through nostalgic modeling, the "Growing Up Cultivating Memories" project explores emotional and affectionate design in fashion, creating experiences that evoke sensations. The research included experimentation and prototyping to understand how children's clothing can offer opportunities to share emotions and strengthen family bonds.

Keywords: Fashion clothing; emotional and affectionate design; sensorial aspects.

¹ Graduanda em Design de Moda pela Universidade Estadual de Londrina.

² Graduanda em Design de Moda pela Universidade Estadual de Londrina.

³ Doutora e mestre em Educação (PPEDU/UEL). Membro dos grupos de pesquisa certificados pelo CNPq: Design de Moda; Cognitivismo e Educação. Especialista em Metodologia da Ação Docente e em Gestão do Design; Graduada em Design de Moda. Docente na Universidade Estadual de Londrina.



Introdução

O design emocional e afetivo está profundamente interligado à moda, pois envolve a criação de experiências que despertam emoções e sensações. Esta abordagem de design foca no papel das emoções humanas e na influência que elas exercem sobre como as pessoas entendem e se relacionam com artefatos e elementos de um ambiente. Tal abordagem é essencial no processo de criar experiências que evocam emoções específicas nos usuários (CREPALDI; DOS SANTOS, 2018; MOURÃO; DE PAULA MOURÃO; HOEHNE, 2023; NORMAN, 2008; TEIXEIRA et al., 2019).

No setor de vestuário, os produtos têm a capacidade de proporcionar momentos significativos, despertar sensações e criar memórias diretamente ligadas aos consumidores. O design afetivo e emocional se entrelaça para criar experiências ricas em emoções, fundamentais para compreender como os produtos de moda influenciam as escolhas e percepções dos usuários.

Um exemplo prático dessa aplicação é o projeto "Crescer Cultivando Memórias", desenvolvido por um grupo de estudantes da 2ª série do curso de Design de Moda de uma universidade pública. O projeto explora a relação entre design afetivo, design emocional e moda, com foco no vestuário infantil. Parte-se da premissa de que o vestuário pode desempenhar um papel crucial na construção de memórias e experiências significativas. As roupas que as pessoas usam estão intimamente ligadas a momentos e pessoas importantes em suas vidas, carregando uma carga emocional e afetiva.

A proposta do projeto é criar um produto que promova interação e criação de memórias entre pais e filhos na faixa etária de 4 a 8 anos, correspondente ao núcleo geracional "*Lively Kids*" (MORACE, 2018). Este projeto visa inserir essa geração no ambiente campestre, trabalhando a questão emocional na vestimenta. O objetivo foi desenvolver uma coleção de roupas infantis que carreguem a proposta de nostalgia e elementos atemporais do passado dos millennials, a geração dos pais, contribuindo para o desenvolvimento da memória afetiva. Isso inclui peças que remetem à infância, como babados, rendas, laços, bordados, franzidos, pespontos, estampas e sobreposições, além de serem confortáveis, práticas e protetoras.

Compreender profundamente as emoções do usuário permite criar experiências que não apenas atendem às necessidades funcionais, mas também envolvem os usuários em um nível emocional, criando um sentimento de pertencimento e valorização. Desse modo, o artigo a seguir apresenta o projeto "Crescer Cultivando Memórias", que tem natureza aplicada, objetivos exploratórios e abordagem qualitativa, destacando a importância de entender as emoções do usuário e de criar experiências que envolvem sensações e memórias no contexto do vestuário infantil.

A coleta de dados incluiu pesquisa bibliográfica e entrevistas com participantes, utilizando um questionário semiestruturado disponibilizado online. O questionário aplicado teve como base a temática e

problemática proposta, com questões focadas na memória afetiva entre pais e filhos. Uma pesquisa experimental foi aplicada em diferentes etapas da confecção dos mockups e protótipos, avaliando variáveis de modelagem, texturas, cores e tecidos que poderiam influenciar o produto final.

Infância dos Pais: o Vestuário, Aspectos Emocionais, Imagéticos e Sensoriais

O público consumidor são os pais das crianças de 4 a 8 anos, pertencentes à geração millennial, indivíduos que nasceram entre o início da década de 1980 e a primeira década do século XXI (TOMAZ, 2014, p.100). Eles preservam memórias de sua própria infância, muitas vezes em contato com a natureza, e desejam introduzir elementos de sua criação na infância de seus filhos. Gostam de elementos nostálgicos e buscam resgatar essa mensagem em produtos que consomem. Trabalham a maior parte do dia, deixando os filhos na escola, e quando podem, viajam para suas cidades natais, levando os filhos para a casa dos avós no campo. São conscientes sobre o meio ambiente e prezam por produtos de origem natural. As características foram levantadas com base em um painel de consumidor, ferramenta utilizada para acompanhar as alterações na percepção do consumidor sobre a empresa, marca ou produto (BAXTER, 2011).

Com foco no vestuário, buscou-se identificar por meio do questionário e leitura imagética de filmes e registros fotográficos do período correspondente à infância dos millenials. Entre as modelagens, peças como jardineiras, macaquinhos, vestidos e camisetas se destacam entre os produtos que marcaram a moda infantil no período entre 1980 e 2000. Dessa forma, optou-se por trabalhar com modelagens inspiradas nessas peças, proporcionando um sentimento de nostalgia e criando memórias afetivas entre pais e filhos. Considerando que as pesquisadoras optaram por uma proposta de confeccionar roupas unissex, muito presente no contexto de vestuário de moda das últimas décadas do século XX, a modelagem do vestido não foi utilizada na coleção. Apesar da diferença geracional entre os pais respondentes e as crianças público-alvo, observou-se um resgate da indumentária dos anos 1980 e 1990, décadas de nascimento dos pais, adaptada e reinterpretada para os tempos atuais. As pesquisadoras desenvolveram modelagens que suprem tanto o referencial estético daquela época quanto às necessidades ergonômicas das crianças hoje. Foram desenvolvidas seis peças na coleção: uma jardineira, uma capa, um colete, uma calça e duas blusas de manga curta, todas com a temática rural, fazendo referência à infância dos pais e ao contato com o campo.

Visto que "uma determinada peça de roupa da moda, ou objeto, pode nos remeter a uma determinada época na qual aquele objeto ficou em evidência" (FERREIRA, 2015, p. 220), as pesquisadoras exploraram elementos culturais presentes na infância dos pais millenials para evocar nostalgia e criar memórias afetivas com os filhos. A cultura pop é um meio onde tendências são disseminadas, e por isso foram analisadas diversas

fontes da mídia da época. Focadas no público infantil, as revistas em quadrinhos utilizavam cores vibrantes e linguagem lúdica para alcançar seu público-alvo, proporcionando insights sobre o vestuário da época.

A obra "O Menino Maluquinho" de Ziraldo, da década de 1980, se destaca pelo uso de jeans, estampas, volume nas peças e sobreposições. Modelagens como camisetas, camisas, calças cargo, macacão, salopete, vestido e bermuda são emblemáticas desse período. Outro exemplo é a clássica obra de Maurício de Souza, "A Turma da Mônica", que floresceu nas décadas de 1980 e 1990. Observa-se o uso de coletes, bermudas, vestidos pregueados, golas e outras vestimentas que também são encontradas em "O Menino Maluquinho". Interessante notar como essas peças foram reinterpretadas na adaptação cinematográfica recente "Turma da Mônica: Laços" (2019).

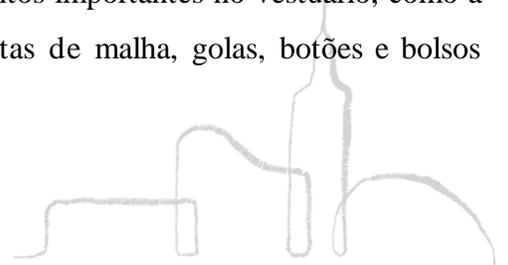
No contexto cinematográfico, o filme "Meu Primeiro Amor" (1991), popular nas sessões da tarde, retrata um estilo de indumentária sóbrio e comum, refletindo a vida cotidiana em uma cidade pequena. A presença de modelagens mais retas com camisas, camisetas de malha e jeans é marcante, com padrões de xadrez e listras complementando os visuais.

O filme "Os Batutinhas" (1994) apresenta uma caracterização distinta para cada personagem, destacando suas personalidades através do figurino. Notável a presença de sobreposições, contraste entre cores escuras e claras, e uma clara distinção de gênero no vestuário, especialmente visível na indumentária de Darla, que incorpora elementos femininos como volume, babados e estampas.

"Matilda" também oferece elementos marcantes como sobreposições, golas bebê, blusas com botões decorativos, estampas e outros detalhes florais, refletindo a personalidade inteligente e independente da personagem. O lacinho de fita que ela usa no cabelo se tornou um ícone que complementa a delicadeza de seus looks.

Por fim, em "Operação Cupido", as diferentes realidades das gêmeas são refletidas em seus distintos estilos de vestuário, alternando entre trajés sociais como casacos com botões e golas elaboradas, e roupas despojadas como macacões, camisas sobrepostas por jaquetas jeans e blusas de flanela, sempre combinadas com jeans ou shorts.

Esses exemplos ilustram como a cultura pop não apenas influencia as tendências de moda, mas também molda profundamente as escolhas de vestuário e as memórias afetivas das gerações passadas. Essas referências culturais continuam significativas até os dias atuais, ressoando em filmes, desenhos animados e personagens que marcaram época. Através dessa investigação, identificaram-se elementos importantes no vestuário, como a presença de estampas, o uso marcante de macacões, jardineiras, camisetas de malha, golas, botões e bolsos localizados em diferentes partes das peças.



A Coleção: Resgatando Memórias e Transmitindo Sensações

Para a criação das peças, desenvolveu-se um painel de expressão do produto (BAXTER, 2011) que integra elementos simbólicos do conceito da coleção. A escolha recaiu sobre formas orgânicas, texturas que remetem ao ambiente rural, e referências nostálgicas que traduzem esses elementos nas peças desenvolvidas. Na Figura 1, é possível observar o plano geral da coleção e o painel de expressão do produto, onde esses elementos se unem para representar a temática “Crescer Cultivando Memórias”.

Figura 1: Plano geral e painel de expressão do produto.



Fonte: as autoras.

A análise da "vestimenta rural" desempenhou um papel crucial, uma vez que a nostalgia associada ao meio rural está profundamente enraizada nas memórias de infância do público-alvo. Sejam lembranças da casa dos avós ou férias no campo, essas memórias evocam sensações que a coleção busca resgatar. O objetivo é não apenas despertar nos pais o desejo de compartilhar vivências semelhantes com seus filhos, mas também fortalecer as relações familiares por meio dessa conexão emocional. Com base nessa análise e após extensas pesquisas, selecionaram-se as informações e propostas para inclusão na coleção.

Incorporaram-se trabalhos manuais, como bordados, crochê, e texturas que remetem a trançados de cestas, chapéus de palha, e a terra arada. Esses detalhes conferem um toque artesanal e afetivo às peças. A escolha dos materiais também foi pensada para reforçar essa conexão: linho misto, tricoline, malha de algodão, e sarja de algodão, além de sarja e jeans, foram selecionados por suas propriedades naturais e protetoras. As estampas adotadas evocam memórias através de padrões simples e afetivos, como os encontrados em toalhas de

mesa, cortinas, xadrez e listrados. A modelagem, por sua vez, foi concebida de forma simples e nostálgica, alinhada à proposta da coleção.

Para promover a interação e a afetividade entre pais e filhos, a coleção foi dividida em três vertentes temáticas, criando cenários e ocasiões de uso no cotidiano infantil. Os temas escolhidos foram: "Cozinhando com a vovó", "No jardim com o vovô", e "Picnic com os pais". Esses temas foram bem recebidos pelas crianças, que demonstraram facilidade na compreensão de cada conceito, reforçando a conexão entre as vivências abordadas e suas próprias experiências. As fotos do editorial (Figura 2) ilustram a interpretação dos elementos dispostos no painel, evidenciando sua adequação às modelagens propostas e incorporando texturas e intervenções manuais na superfície dos produtos confeccionados. Dessa forma, a coleção resgata referências geracionais relacionadas à infância dos pais, criando um elo afetivo entre as diferentes gerações.

Figura 2: Editorial da coleção “Crescer cultivando memórias”.



Fonte: Do autor, 2024.

Reflexões finais

Este estudo ressalta a importância de investigações futuras para explorar as mudanças contínuas no campo de pesquisa, especialmente diante das novas dinâmicas entre pais e filhos impostas pela globalização e pelo crescente poder de decisão de compra das crianças, que acabam influenciando as escolhas de muitos pais. Além disso, a inovação tecnológica na indústria da moda emerge como um aspecto crucial a ser considerado para o desenvolvimento e a sustentabilidade de projetos semelhantes.

A pesquisa realizada buscou compreender profundamente a geração dos pais e seus hábitos durante a infância, identificando suas necessidades atuais ao consumir produtos para seus próprios filhos. Os resultados obtidos ao longo deste projeto destacam a importância de compreender os modos e as tendências culturais relacionadas ao vestuário infantil ao longo das décadas. A análise das respostas dos participantes revelou preferências pessoais, bem

como influências sociais e econômicas que moldaram significativamente o comportamento e as práticas de consumo desta nova geração de pais, que buscam valorizar as memórias e vivências da infância. Este achado aponta para a oportunidade de desenvolver produtos que não apenas atendam às necessidades funcionais, mas também ofereçam valor emocional, reforçando os laços familiares e criando experiências de consumo significativas.

Assim, este projeto não apenas contribuiu para o campo acadêmico ao explorar a interseção entre design emocional, design afetivo e moda infantil, mas também proporcionou insights valiosos sobre como criar produtos que, além de suprirem necessidades funcionais, evocam emoções profundas, promovendo uma conexão emocional duradoura. Essa abordagem fortalece os laços familiares e perpetua tradições através da moda, oferecendo um caminho promissor para futuros desenvolvimentos na área.

Referências

BAXTER, Mike. **Projeto de produto:** guia prático para o design de novos produtos. 3 ed. Editora Blucher, 2011.

CREPALDI, Claudia; DOS SANTOS, Célio Teodorido. Abordagens metodológicas do design emocional: uma revisão bibliográfica sistemática. **Human Factors in Design**, v. 7, n. 14, p. 074-094, 2018.

FERREIRA, Diêgo Jorge Lobato; ARANTES, Priscila Almeida Cunha. A Moda Como Dispositivo Da Memória No Espaço Museológico. **Revista de Ensino Em Artes, Moda e Design**, v. 5, n. 1, p. 212-26, 2021.

MORACE, Francesco. **Consumo autoral:** os novos núcleos geracionais. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2018.

MOURÃO, Nadia Maria; DE PAULA MOURÃO, Beatriz; HOEHNE, Aline Mourão Lataro. Affective design and sustainability: Social stimulation at the feet of humanity. **Seven Editora**, [S. l.], 2023.

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

TEIXEIRA, Celeste Maldonado Alves et al. O design e a comunicação afetiva no âmbito das lojas conceito: identidade, envolvimento e analogia entre as marcas e a sociedade de consumo atual. **Blucher Design Proceedings**, v. 6, n. 4, p. 1273-1282, 2019.

TOMAZ, Renata. A geração dos *Millenials* e as novas possibilidades de subjetivação. **Revista Comunicare**, v. 13. - São Paulo, 2013.

