

NOSTALGIA POPULAR BRASILEIRA A ESTÉTICA E O CONSUMO DA MEMÓRIA NO SÉCULO XXI

Palavras-chave: nostalgia, memória, design, modernismo, globalização, estética, arquitetura.

Carolina Pullig; PPGDesign UFRJ; Rio de Janeiro, RJ, Brasil;
carolinapullig@ufrj.com

Cláudia Mourthé; PPGDesign UFRJ; Rio de Janeiro, RJ, Brasil;
claudiamourthe@eba.ufrj.br;

1. Introdução

O século XXI trouxe mudanças significativas para a experiência humana, especialmente com a “Era das Redes” e a intensificação da globalização. Essas transformações resultaram em uma distorção na percepção do tempo, que parece passar cada vez mais rápido. Embora a nostalgia seja um fenômeno comum em tempos de grandes mudanças globais, a revolução digital parece ter amplificado os “sintomas” de saudosismo devido à grande incerteza em relação ao futuro e a desconexão em relação ao presente. Nesse cenário de distorção temporal, a nostalgia tornou-se um tema amplamente explorado em diversos setores do mercado. Visando compreender este fenômeno e as tensões entre tradição e modernidade, esta pesquisa adota o método exploratório para refletir sobre como a nostalgia opera como um valor simbólico de consumo e sua conexão com a estética popular brasileira, com foco em artefatos domésticos e elementos arquitetônicos que evocam o sentimento nostálgico. Além disso, através de questionários e entrevistas, busca-se compreender como o público percebe emocionalmente essas visualidades consideradas “antigas” e amplamente reconhecidas na cultura brasileira e sua relação com objetos de memória particulares.

2. Problema

A apropriação da relação afetiva entre consumidores e objetos do cotidiano é um recurso mercadológico já conhecido desde meados do século XX. Mas, quando se trata de

V COLÓQUIO DE PESQUISA EM DESIGN E ARTES

5, 6 e 7 de novembro 2025

nostalgia, o fator memória é um valor agregado que articula com mais esferas da dimensão social, como história, cultura e identidade de um povo.

Diante disso, duas problemáticas requerem atenção: A primeira é que a determinação sobre quais elementos do passado devem ser lembrados ou comercializados pode representar muito mais do que uma estratégia de marketing, mas uma manobra hegemônica de controle que visa ao fomento de patriotismos com viés fascista e apagamento de culturas periféricas.

A segunda premissa é que a nostalgia, assim como outros fenômenos de natureza antropológica, emerge em contextos marcados por ambivalências: de um lado, uma sociedade que manifesta sintomas; de outro, um mercado que identifica nessas manifestações oportunidades de exploração. E, onde há sintomas, subentende-se a presença de uma patologia. E, segundo o mestre em literatura comparada Andreas Huyssen, as consequências dessas duas problemáticas colocam em jogo “(...) mudanças contínuas nas estruturas da temporalidade vivida e nossas percepções do tempo e do espaço nas sociedades midiáticas contemporâneas.” (2014, pág. 16).

3. Relevância e Objetivos

Diante dessas questões, a pesquisa reconhece a relevância do aprofundamento histórico nos processos nos quais a memória se torna objeto de comercialização para que, através da elucidação do passado, seja possível compreender as tendências presentistas¹ e talvez prever suas consequências no futuro. Para isso, será utilizada a metodologia de Revisão Bibliográfica Sistemática, na qual através da leitura de artigos acadêmicos selecionados e com base em autores-chave como Andreas Huyssen, Svetlana Boym, Boris Groys e Zygmunt Bauman, visa alcançar o objetivo de compreender o desenvolvimento da noção de nostalgia, atrelada a momentos de relevância cultural para a humanidade, como a revolução industrial e o modernismo, partindo do cenário global até o contexto brasileiro.

Além disso, esta pesquisa reconhece a importância de investigar a nostalgia enquanto possível patologia social por meio de metodologias empíricas, como entrevistas

¹ “Presentismos” e “presentista” são neologismos utilizados por Huyssen para se referir ao presente atual, mais acelerado, paradoxalmente mais estagnado e sem expectativa de futuro.

V COLÓQUIO DE PESQUISA EM DESIGN E ARTES

5, 6 e 7 de novembro 2025

e questionários. A partir da escuta e da análise das percepções de indivíduos sobre objetos cotidianos com valor nostálgico, incluindo elementos característicos da arquitetura.

Ao mapear essas sensibilidades, pretende-se traçar os processos de subjetificação envolvidos na relação com o passado, revelando possíveis dinâmicas de identificação cultural, bem como tensões associadas à sensação de deslocamento temporal que marca o presente. É válido ressaltar que, nesta etapa, a pesquisa determinou o recorte espacial focado na região metropolitana do Rio de Janeiro devido à maior acessibilidade e disponibilidade de recursos para a coleta de dados e por serem metrópoles que culturalmente se alimentam do local, do nacional e do global.

4. Conclusões

As considerações finais da pesquisa aqui apresentadas são o somatório dos aprofundamentos teóricos com os dados coletados até o presente momento. A coleta de dados foi efetuada através de um questionário online estruturado com finalidades quantitativa e qualitativa das respostas, unindo informações que traçavam o perfil dos respondentes e correlacionavam à sua aptidão pelo consumo nostálgico. Destaca-se que “consumo nostálgico”, nesta etapa da coleta, traduz-se pela aquisição de eletrônicos, itens de decoração, moda, mobiliário, características arquitetônicas e hábitos de consumo, como ouvir música antiga, ou assistir filmes antigos.

A partir das 33 respostas que obtivemos até o momento, podemos afirmar, em resumo, que os dados do questionário confirmam a hipótese central da pesquisa de um movimento nostálgico em ascensão no comportamento de consumo no Brasil, com referências limitadas às cidades do Rio de Janeiro e Niterói, tanto no que diz respeito a artefatos domésticos e elementos arquitetônicos quanto a objetos eletrônicos, este último sendo o item de maior aderência entre os entrevistados. Um segundo aspecto importante a ser mencionado, é a aceitação de objetos modernos, mas que replicam estética “retrô” como itens de maior dimensão afetiva em comparação com formas modernas que traduzem a tecnologia empregada. Porém, é válido destacar a notória preferência por

V COLÓQUIO DE PESQUISA EM DESIGN E ARTES

5, 6 e 7 de novembro 2025

artefatos originalmente de tempos antigos ou que preservam a tecnologia ou processos de fabricação originais, como ladrilhos hidráulicos, por exemplo. Isso denota que a autenticidade também é um valor importante na construção da nostalgia. Outro ponto importante revelado pelo questionário é o que diz respeito à premissa da desconexão temporal vivida na contemporaneidade. Foram feitas perguntas sobre a idade dos participantes e qual momento histórico desperta mais nostalgia. Em grande parte das respostas identificou-se a nostalgia por um tempo no qual não foi vivido pelo sujeito, mas que está simbolizado na cultura material e midiática com as quais o sujeito se identifica, e por conseguinte, manifesta nostalgia por um período idealizado. Além disso, vale acrescentar que mais de 85% dos respondentes afirmaram que têm vontade de adquirir aspectos arquitetônicos nostálgicos e próprios da cultura popular brasileira em suas casas, como piso de caquinho, cobogó e telhados coloniais.

Esses dados, ao mesmo tempo em que evidenciam uma busca por referências afetivas do passado, também apontam para uma dinâmica mais complexa em torno da memória e de como a sociedade vem se modificando com a contemporaneidade. A era digital ainda é um período recente e de consequências nebulosas para todas as áreas do conhecimento, mas que já dá dicas sobre sua influência na percepção da realidade e até na saúde mental das pessoas. Nunca se falou tanto sobre transtornos de ansiedade, depressão e outras patologias relacionadas ao ritmo acelerado da vida contemporânea, à lógica da exposição das redes e ao contexto de bombardeio de informações que privilegiam o engajamento em detrimento da verdade, que geram descrença e incertezas.

Essa incerteza e a sensação de um futuro indefinido articulam diretamente com a descrição de Groys do presente como um tempo de dúvida (2009). No seu artigo “Camaradas do Tempo” de 2009, Groys argumenta que o presente não é meramente o “aqui e agora”, mas algo que “nos impede de realizar nossos projetos cotidianos” e impossibilita uma transição suave do passado para o futuro. Ele o descreve como um “período prolongado, potencialmente até infinito, de adiamento”, constituído por dúvida, hesitação, incerteza, indecisão. Dessa forma, a busca por elementos nostálgicos se traduz pelo desejo de retorno a um passado mais estável e previsível, ainda que idealizado e

V COLÓQUIO DE PESQUISA EM DESIGN E ARTES

5, 6 e 7 de novembro 2025

irreal. E isso se torna uma estratégia para seguir caminhando nos terrenos movediços da modernidade líquida (BAUMAN, 2001).

Ainda que a pesquisa não tenha se concluído, as considerações reunidas até o presente se revelam menos como um problema e mais como uma oportunidade, mesmo que permeadas por ambivalências. Refere-se ao potencial dúbio da memória, que, a depender de como é mobilizada, pode atuar tanto como instrumento de controle quanto como ferramenta de valorização cultural. Como bem resume Huyssen em sua recente obra “Culturas Passado-Presente” de 2014: “(...) já que toda lembrança baseia-se na mobilização e no apagamento, tanto a memória quanto o esquecimento são passíveis de múltiplas formas de abuso, assim como ambos podem surtir efeitos benéficos na busca da verdade e na reconciliação”. (2014, pág. 15).

Essa tensão se manifesta de forma visível na produção cultural e material do design. Quando orientado por lógicas mercadológicas e narrativas hegemônicas, o design pode instrumentalizar a memória como artifício estético. Por outro lado, o design também pode operar como meio de resistência e afirmação identitária, resgatando formas, materiais, técnicas e estéticas, agindo como uma “tecnologia do comum”, como método de reinscrição de traços locais, de valorização de heranças culturais e de resgate do pertencimento espacial e temporal.

V COLÓQUIO DE PESQUISA EM DESIGN E ARTES

5, 6 e 7 de novembro 2025

REFERÊNCIAS

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

BOYM, Svetlana. **The future of nostalgia**. New York: Basic Books, 2001.

BOYM, Svetlana. **O mal-estar da nostalgia**. The Hedgehog Review, v. 9, n. 2, p. 7–18, Summer 2007.

GROYS, Boris. **Camaradas do tempo: ensaios sobre a arte contemporânea**. São Paulo: Cosac Naify, 2009.

HAAS CARLOTTO, Thiago; QUATRIN PICCININ, Fabiana. **Condições para a Emergência da Narrativa Nostálgica na Pandemia: De Sintoma Individual a Emoção Contemporânea**. In: Revista Estudos Interdisciplinares em Humanidades, v. 5, n. 3, 2021.

HUYSEN, Andreas. **Culturas do passado-presente: modernismos, artes visuais, políticas da memória**. Rio de Janeiro: Contraponto; Editora PUC-Rio, 2014.