

Moda e Mudanças Urbanas: Memória e Produção de Sentidos

Luciana Quintanilha

Este trabalho possui como objeto de análise a moda na produção da memória social. Uma memória social que revela a existência de diferentes modos de ser, compreender, sentir e de estar na sociedade. Uma moda que revela um outro modo de contar a memória social. Neste trabalho, tomamos a Moda em seu sentido estrito. Emprego da palavra Moda, com inicial maiúscula, quando utilizada do inglês *fashion*, para se referir ao fenômeno social, múltiplo, de amplas características, que causa efeitos e se deixa influenciar por aspirações e acontecimentos de época, de modo a conservar a oposição entre a moda passageira, tendência ou estilo de uma determinada estação. Para a memória social, a moda é uma mobilizadora e desencadeadora de relações, sentidos, disputas e discursos que afirmam diferenças. A moda é *uma sucessão de acontecimentos, ela pode ser um fenômeno cultural ou social que exige mudanças periódicas no estilo e que nasce da necessidade de conquistar ou manter, por algum tempo, determinada posição social; ela também pode ser traduzida nas relações gerais entre os seres humanos – conforme sexo, gerações, condição sócio-cultural*". Ela também é um conjunto de relações que cria uma imagem estética, mexe com os sentidos: visão, olfato, tato, audição, paladar através das cores, do sexo, das texturas, etc. A moda é uma preocupação e uma presença constante no cenário jornalístico do brasileiro e do seu cotidiano, ao menos no meio urbano, numa sociedade que ganha complexidade e preocupação em colocar-se face ao mundo capitalista e relações internacionais intensas. Para além do seu sentido estético e funcional, a moda constitui-se como parte de uma lógica empresarial, objeto científico e social valorizado a partir dos anos 50 e transformada em objeto de análise das ciências sociais nos anos 60. A análise inicial, realizada ao longo deste estudo, nos remete ao enorme campo de possibilidades e riquezas desse objeto.