



LUGARES DE MODA: uma ferramenta para analisar as sociedades contemporâneas

PLACES OF FASHION: a tool to analyze contemporary societies

Feijão, Rosane; Doutora em Comunicação pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro, feijao.rosane@gmail.com

RESUMO ESTRUTURADO

A presente proposta pretende expor à discussão o conceito nomeado como “lugares de moda”, desenvolvido na tese de Doutorado *“Tudo é novo sob o sol”*: moda, corpo e cidade no Rio de Janeiro dos anos vinte, defendida em 2016 no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UERJ. A expressão foi inspirada no conceito “lugares de memória”, apresentado por Pierre Nora no texto “Entre memória e história – a problemática dos lugares”, de 1984. Para Nora, os lugares de memória se tornam necessários em sociedades que já não conseguem assegurar a conservação de seus valores, costumes e tradições. Tais sociedades deixam de serem baseadas na memória, para se tornarem sociedades-história. Características semelhantes foram descritas por Gilles Lipovetsky em 1989, ao estudar o fim das “eras de costume”, durante as quais os hábitos ancestrais eram cultivados e imitados, e o consequente nascimento das “eras de moda”, regidas e estruturadas pela constante mudança. A partir, portanto, do conceito fundado por Pierre Nora, é possível pensar na existência de lugares de um outro tipo, que, diferentemente dos de memória e em quase tudo opostos a eles, se constituem a partir do desejo de celebrar o presente e sua natureza fugidia. São lugares onde se experimenta o novo, impregnados do que Michel Maffesoli chamou de “vitalismo”, ou seja, de uma força coletiva que os anima e os alimenta, de forma a torná-los espaços de encontro. É pertinente imaginar que, assim como os lugares de memória, os lugares de moda admitem um amplo escopo de fenômenos culturais, tais como publicações, músicas, eventos e toda uma multiplicidade de objetos que congregam em torno de si



um número expressivo de pessoas e promovem entre eles próprios e a comunidade que acabam por formar algum tipo de identificação. Identificar os lugares de moda de certo momento e lugar pode ajudar a entender os valores, as crenças e os estilos de vida que contribuem para a formação da dinâmica e do imaginário das cidades.

Palavras-chave: Moda e história; teoria da moda; lugares de moda.

