

TEORIA DA COMUNICAÇÃO: MÍDIA, CONSUMO E CULTURA

Aluna: Mayara Martinez Alonso Benatti

Orientador: Everardo Rocha

Introdução

A moda brasileira nos últimos anos ganhou destaque e reconhecimento internacional. O nosso estilo de fazer roupas e lançar tendências conseguiu unir os traços regionalistas, que caracterizam o país lá fora, com o que há de mais contemporâneo e global no design de moda. Hoje, o Brasil conta com um seleto grupo de estilistas, que fazem sucesso nas passarelas das principais cidades do mundo fashion, ganham espaço no mercado internacional, e, ainda, o país demonstra ser promissor para o mercado da moda, atraindo grandes lojas e nomes do setor, e um considerável grupo de consumidores. Interessado em investigar os precursores de uma moda de alta qualidade no país, o presente trabalho estudou a história da Maison Canadá e sua influência na construção de um mercado da moda brasileira. A Maison Canadá, sediada no Rio de Janeiro, foi uma importante casa de moda dos anos 1950, pioneira no trabalho de alta costura nacional. O conjunto de informações obtidas a partir da análise do período e do legado da Maison permitiu desenvolver estudos da relação entre moda, consumo e cultura dentro da proposta do projeto de pesquisa.

Objetivo

O objetivo da pesquisa foi analisar como a Maison Canadá, a partir da moda, influenciou no desenvolvimento de uma cultura do consumo de luxo no país. Para isto, como parte integrante do trabalho, a pesquisa teve como objetivo, também, o estudo do surgimento da Maison, bem como do contexto político, econômico, social e cultural do Brasil nos anos 1950.

Metodologia

Para alcançar os objetivos traçados, a pesquisa foi dividida em três fases. A primeira fase consistiu no levantamento e revisão da bibliografia sobre o tema da moda no Brasil, e reunião e leitura de material online e impresso sobre a história da Maison Canadá. Dentre os materiais impressos estão as revistas “Vogue” e “O Cruzeiro”. A segunda fase priorizou a análise da influência da Maison na cultura do consumo de luxo. Para isto, foram realizadas entrevistas com antigas consumidoras e com a própria neta de uma das donas da Maison Canadá, e a leitura de uma dissertação de mestrado realizada sobre o contexto da produção da moda da Casa Canadá. A terceira e última fase, compreendeu a reunião de informações sobre o contexto político, econômico e sociocultural do país, através da leitura de textos acadêmicos.

Conclusão

O estudo pode contribuir para um maior conhecimento de como surgiu a concepção de alta costura na moda brasileira e, acima de tudo, de como surgiu o consumo de luxo no país. A Maison Canadá produzia para um grupo seleto de brasileiras, que inspiradas no estilo de vida francês, procuravam o que havia de mais novo e de qualidade no mercado. O controle de qualidade e a rigorosa disciplina exigida por Mena Fiala e Cândida Gluzman, donas da Casa Canadá, faziam daquele espaço uma referência quase exclusiva e, portanto, um imperativo da moda de luxo na época. O seu sucesso (com um grande número de clientes, jornalistas que

iam cobrir desfiles que já incorporavam a novidade das “modelos-vivas”, e os destaques na imprensa da época) faz concluir que este padrão de consumo encontrou um público condizente e adepto. Como se pode notar com o estudo do cenário brasileiro nos anos 1950, a tendência luxuosa, de modernização, de qualidade, também era vista na política e na economia, quando a fase ficou conhecida como “anos dourados”. O estudo observou, também, que a influência da estrutura de venda e da qualidade dos produtos, além do estilo de vida e do consumo de luxo, inaugurado pela Maison Canadá pode ser visto nos dias atuais, por exemplo, com a Boutique Daslu. O seu surgimento, em 1958, por iniciativa de Lucia Piva de Albuquerque e Lourdes Aranha, vendendo ainda no espaço de sua própria casa, reproduzia, em São Paulo, um incipiente consumo de luxo. É bem possível que tenham tido como referência de sofisticação, exclusividade e consumo de luxo o modelo propiciado pelo Maison Canadá, localizada no Rio de Janeiro, então capital do país.

Referências

- 1- BARTHES, Roland. **Mitologias**. São Paulo: Difel, 1972.
- 2- BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Lisboa: Edições 70, 1981.
- 3- BOURDIEU, Pierre. **A distinção**. São Paulo: Zouk/Edusp. 2007.
- 4- MELLO, João Manuel Cardoso de e NOVAIS, Fernando. **Capitalismo tardio e sociabilidade moderna**. In. História da vida privada, vol. 4.
- 5- DOUGLAS, M. e ISHERWOOD, B. **O mundo dos bens**. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2004.
- 6- MCCracken, David. **Cultura e consumo**. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.
- 7- ROCHA, Everardo. **Magia e capitalismo**. São Paulo: Brasiliense, 1985.
- 8- RANGEL, Dannel. **Seção Nostalgia**. In: Revista Vogue. Janeiro, 2010.
- 9- _____. **A sociedade do sonho**. Rio de Janeiro: Mauad, 1995.
- 10- _____. **As representações do consumo**. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.
- 11- SEIXAS, Cristina Araújo. **A Questão da Cópia e da Interpretação no Contexto da Produção de Moda da Casa Canadá, no Rio de Janeiro da Década de 50**. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Design. Rio de Janeiro: PUC-Rio, 2002.

Sites

<http://modaspot.abril.com.br/news/mostra-da-casa-canada-veja-algumas-fotos-da-maison>

<http://www.fashionbubbles.com/historia-da-moda/identidade-brasileira-na-moda-anos-40/> -

http://www2.uol.com.br/modabrasil/biblioteca/grandesnomes/dona_mena/index2.htm