

FACULDADE DE TECNOLOGIA DE AMERICANA
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM PRODUÇÃO TÊXTIL

MARINA MARTINS ALVES

A MODA NOS ANOS 50

AMERICANA, SP

2014



Fatec
Americana

CENTRO PAULA SOUZA



GOVERNO DO ESTADO
SÃO PAULO

FACULDADE DE TECNOLOGIA DE AMERICANA
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM PRODUÇÃO TÊXTIL

MARINA MARTINS ALVES

A MODA NOS ANOS 50

Trabalho de graduação apresentado como exigência parcial para obtenção do título de Tecnólogo em Produção Têxtil pelo CEETEPS/Faculdade de Tecnologia – FATEC/ Americana.

Sob a orientação da Profa. Dra. Maria Alice Ximenes Cruz

Área de concentração: Moda

AMERICANA, S. P.

2014

A477m Alves, Marina Martins
A moda nos anos 50. / Marina Martins Alves. –
Americana: 2014.
f.

Monografia (Graduação em Tecnologia Têxtil). --
Faculdade de Tecnologia de Americana – Centro Estadual de
Educação Tecnológica Paula Souza.

Orientador: Prof. Dr. Maria Alice Ximenes Cruz

1. Moda I. Cruz, Maria Alice Ximenes II. Centro
Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza – Faculdade
de Tecnologia de Americana.

CDU: 687.016

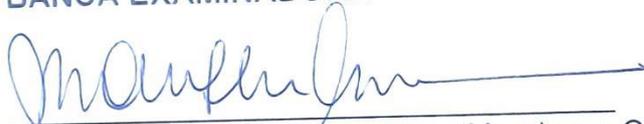
MARINA MARTINS ALVES RA: 0040081213008

A MODA NOS ANOS 50

Trabalho / Monografia aprovada como requisito parcial para obtenção do título de Tecnólogo em Produção Têxtil no curso de Tecnologia de Produção Têxtil da Faculdade de Tecnologia de Americana.

Área de concentração: Moda.

BANCA EXAMINADORA



Dra. Maria Alice Ximenes Cruz (Membro e Orientadora)
FATEC Americana



Mestre Edison Valentim Monteiro (Convidado)
FATEC Americana



Mestre José Fornazier Camargo Sampaio (Presidente)
FATEC Americana

Dedico essa monografia primeiramente a Deus, e a minha família. Aos meus amigos e professores por toda colaboração, paciência e conhecimento.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus, que sempre iluminou meu trajeto por esta vida e me deu forças pra não desistir no meu caminho e a minha família que me deu total apoio. Em especial ao meu pai, que sem sombra de dúvida, esta é a maior homenagem que fiz a ele. Mesmo não estando mais presente em minha vida fisicamente, o sinto no meu dia a dia, nas lembranças e ensinamentos. A minha mãe que é uma guerreira e deu total apoio e acreditou em mim e ao meu irmão que me deu forças para continuar a faculdade no momento em que pensei em desistir.

Aos meus amigos sempre presentes nos momentos de alegria e preocupações e àqueles que conheci no decorrer do período letivo. E jamais me esquecerei de dizer obrigado aos meus professores pelos três anos de dedicação e ensinamentos. Especialmente agradeço a minha orientadora Maria Alice Ximenes Cruz que me deu total apoio lapidando as minhas ideias para se realizar esta monografia, me doou seu tempo sempre com paciência e presteza, e por sua amizade que espero ter no decorrer do meu caminho. Muito obrigada a todos e até aqueles que não acreditaram em mim, assim, indiretamente me deram forças para provar para mim mesma que sou capaz de realizar meus sonhos mais impossíveis.

“Nothing is impossible, the word itself says ‘I’m possible!’ ” (Audrey Hepburn).

RESUMO

Nesta monografia poderemos relembrar alguns fatos importantes da década de 50, que foi à época em que a sociedade passou por avanços tecnológicos, científicos, comportamentais e todas essas transições consequentemente foi refletida no modo em que as pessoas se vestiam, tanto no exterior como no Brasil.

A sociedade passava por uma transição, pois era o fim da Segunda Guerra Mundial, a maioria dos homens tinha sido recrutados para os campos enquanto as mulheres permaneceram em casa. No entanto o sexo feminino que nunca teve um papel forte perante os homens da sociedade tiveram que ir para as fabricas trabalhar, ou seja, tornaram-se donas de casas e funcionarias das indústrias da época. Consequentemente perderam grande parte de sua feminilidade e charme. Após a guerra tudo mudou.

No primeiro capítulo destinou-se, a dar fundamentação teórica ao estudo às indumentárias foram renovadas com o “*New Look*” de Christian Dior, a partir daí os trajes foram renovados, a alta-costura virou moda, porém a entrada do pret-à-porter iria permitir que as pessoas pudessem estar em dia com as tendências recém lançadas de Paris.

A música mudou o comportamento dos jovens, tribos foram criadas, ou seja, determinados jovens com interesses em comum passaram a ter a sua própria moda, gírias, locais, músicas e modos de agir. Atrizes do cinema marcaram a história e influenciaram a época.

O estudo possibilitou conhecer que o que vivemos atualmente tem um porque e consequentemente reflete no nosso modo de vestir.

Para finalizar conheceremos duas atrizes que marcaram a época e ver o que permanece de seu legado atualmente.

Palavras Chave: moda; pós-guerra; anos 50; comportamento; feminino.

ABSTRACT

In this monograph we may remind some important facts from the 50s, which was the time when society passed by technological scientific advances, behavioral and all these transitions consequently was reflected in the dress code of each one, both abroad and also in Brazil.

With the end of the second world war, the society was going through a transition, the most of men had been recruited to the battlefield, women remained at home. However the woman who had never daring to challenge the male society had to work in factories, industries and consequently lost much of their femininity and charm. After the war everything changed.

In the first chapter the intention was to give theoretical foundation to study the outfits were renewed with the “New Look ” of Christian Dior. From there the costumes have been redesigned, the Haute Couture became fashionable, but the input pret- à- porter allow people were up to date with the newly released trend in Paris.

The music has changed the behavior of young people, tribes were created, with common interests that now have their own fashion, slang, place, music and acting modes. Movie actresses marked the history and influenced at the time.

The study allowed to know that what we currently have a reason and consequently reflected in the way we dress. Finally we will know two actresses who marked the season and see what remains of their legacy today.

Keywords: *Fashion; post-war; 50s; behavior; female.*

Sumário

	INTRODUÇÃO	8
2	O FEMININO E A SOCIEDADE DOS ANOS 50	10
3	A MODA DOS ANOS 50	14
3.1	O CRESCIMENTO DOS ANOS DOURADOS NO BRASIL	27
4	AS GRANDES DIVAS HOLLYWOODIANAS COMO ÍCONES DE MODA DA DÉCADA.	30
4.1	DE NORMA JEAN A DIVA MARILYN MONROE	32
4.2	AUDREY HEPBURN	35
5	CONCLUSÃO	36
6	PESQUISA BIBLIOGRÁFICA	38

INTRODUÇÃO

Após a guerra (1940-1945), as economias de todos os países participantes estavam exauridas e a restauração foi lenta. No Reino Unido, o período pós-guerra foi chamado „A era da austeridade““, pois havia pouco dinheiro e bens, e o racionamento continuava a dificultar o desenvolvimento. Porém não demoraria muito tempo, para o mundo reagir e começar as transições.

A década de 50 foi o período em que ocorreu marco da tecnologia até o vestuário, ou seja, as roupas foram modificadas, as saias e vestidos ganharam uma aparência mais delicada; a alta-costura entraria em alta para demonstrar o poder aquisitivo de seus clientes, e para aqueles que não possuíam uma situação financeira alta, foi criado o *prêt à porter*. Observaremos neste trabalho como a década de 50 foi uma época extremamente importante para a sociedade em geral até a indumentária feminina.

O comportamento da sociedade muda conforme as novidades. A música é renovada por um novo gênero o *Rock' n' Roll*, que trazia guitarra elétrica, bateria e baixo. Com letras simples e um ritmo dançante e que caiu rapidamente no gosto popular em especial dos jovens. Além de ser um novo ritmo para as noites, causou mudanças no guarda-roupa destes adolescentes. No cinema eram lançados filmes que marcariam a história como: *Alice in Wonderland*, *Sleeping Beauty*, *Peter Pan* e

Cinderella. Jovens atrizes eram lançadas e se tornariam deusas do cinema, que influenciaram a moda e a maquiagem das jovens.

Os limites da moral imposta pela década passada eram quebrados. E Hollywood trazia a tona o perfil de uma nova mulher. Que evocava desde o perfil das „santinhas“ até o perfil da mais sexys. Um dos momentos mais claros ocorreu em 1953, com o lançamento da revista mais famosa de nu artístico, a Playboy. E a atriz Marilyn Monroe foi eleita como o símbolo sexual dos anos 50.

Um período em que as revoluções tecnológicas ocorriam como o lançamento da televisão, e o comportamento da sociedade também muda conforme as descobertas são feitas, a área da ciência também passa por novidades históricas, como o DNA.

E o Brasil também acompanharia essas mudanças de comportamento, as indústrias e a política também seriam mudadas. O país estava em clima de democracia e desenvolvimento industrial.

A intersecção de todos esses avanços e expansão financeira culminou nas roupas efetivamente e é sobre isso que esta monografia pretende desenvolver seus desdobramentos.

2 O FEMININO E A SOCIEDADE DOS ANOS 50

A sociedade do “pós-guerra” ficou marcada pela falta de bens de consumo durante a Guerra, ou seja, racionamento, balcões de troca de bens pessoais com alimento, etc.

Denominou-se de “Anos dourados” o período que inicia no fim da II Guerra Mundial e permeia boa parte do período da Guerra Fria. Historicamente, é caracterizada por apresentar uma vitrine da boa vida diante do mundo considerado pelo Ocidente como atrasado e fechado da União Soviética. Seria uma volta a um período de estabilidade, na qual a tradição anterior à II Guerra Mundial volta a ser vivida.

No cenário americano, percebemos a reconstrução do “American Dream”. Denomina-se “reconstrução” pelo fato que se trata de um retorno às formas tradicionais de vida da sociedade americana, afetada pela Grande Guerra.

O “American way of life”, ou “Estilo de vida americano” é apresentado ao mundo desta vez aparado pelos avanços tecnológicos, sobretudo de eletrodomésticos, automóveis e cosméticos, enfim, tudo que o capitalismo poderia oferecer para o conforto pessoal.

Segundo Ximenes, tratava-se do êxito da modernidade somado aos valores morais burgueses tradicionais¹.

Para deixar claro o comentário acima a vida feminina deste período é um ótimo exemplo.

Depois de defenderem seus países no período da Guerra, durante os anos dourados houve um retrocesso do comportamento feminino aos valores conservadores dos anos 30, período da Grande Depressão.

Assim, no período depois da II Grande Guerra, a mulher (americana, principalmente) tinha o dever de ser bonita, bem cuidada, casar-se cedo, possuir filhos, ser uma boa mãe, saber cuidar de seu lar. Enfim, percebe-se um retorno ao que antes era concebido como papel fundamental da mulher.

Não se tratava de imposição, era simplesmente o conforto do fim da Guerra e da expansão econômica dos Estados Unidos sobre a Europa e o mundo ocidental. O período de opressão e tensão que o ambiente da guerra trazia tinha acabado.

¹ Aula proferida em 5 de setembro de 2014 na Fatec Americana (Comunicação Viva).

Então, a ameaça nazista não era mais uma realidade. O período entre 1945 e 1950 foi um período culturalmente inexpressivo, onde a sociedade precisava se organizar e reorganizar suas ideias, diante de uma realidade completamente nova. Entre mostrar ao mundo qual era afinal o melhor estilo de vida, o capitalista ou o socialista, o ideal de conforto e bem-estar que o capitalismo e a sociedade de consumo eram potencializados ao extremo. O objetivo era mostrar ao mundo o quanto era bom viver “como os americanos” e como era ruim viver como os socialistas.

Neste momento surgiu o aspirador de pó, a máquina de lavar, tudo para facilitar a vida das mulheres, trazendo felicidade e gerando o desejo do consumo na sociedade.

Diante do mapeamento histórico da linha do tempo social percebe-se uma revolução comportamental nos gêneros feminino e masculino, ou seja, cristaliza-se na mulher o desejo pela submissão e necessidade de proteção e no homem o provedor patriarca oitocentista de outrora.

Este advento se explica pelo fato de que após anos de luta pela liberdade exacerbada e conquistada pela mulher, findada a II Guerra Mundial, paradoxalmente seu sonho voltou a ser a rainha do lar e ter proteção depois de muitos sofrimentos vividos ou conhecidos e experimentados.

O estereótipo comum seria este, da mulher semelhante àquela do século XIX, “boa moça para casar”.

No “Jornal das Moças” (revista feminina da época) algumas frases foram muitas emblemáticas para afirmar a submissão desta mulher:

“Não se deve irritar o homem com ciúmes ou dúvidas”

“A mulher deve fazer o marido descansar nas horas vagas, servindo-lhe uma cerveja bem gelada. Nada de incomodá-lo com notícias ou serviços domésticos.”

“Se o seu marido fuma não discuta pelo simples fato de deixar cair cinza no tapete. Espalhe cinzeiros pela casa toda.”

“Se o marido sair com os amigos e chegar altas horas da noite, espere-o linda, perfumada e dócil.”

“É fundamental manter uma aparência impecável diante do marido”.

“A esposa deve se vestir depois de casada como quando era solteira, para manter a caça bem presa.”

Essas frases retiradas de revistas entre 1952 e 1957 refletem o comportamento bastante obediente e virtuoso da mulher.

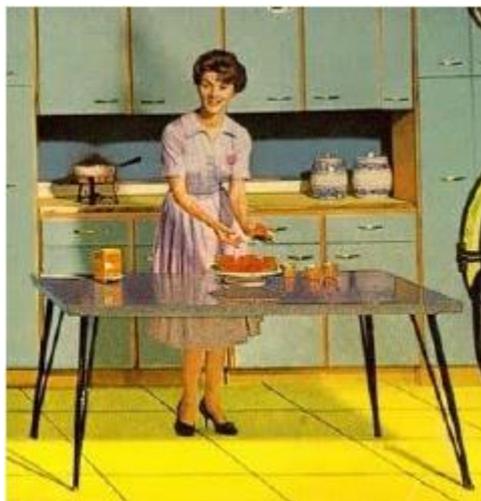


Fig1- Dona de casa da década de 50.

GARCIA, Claudia. *Almanaque da Folha. Anos 50.* 2000.

No filme “O sorriso de Mona Lisa” de 2003 produzido pelo Revolution Studios e Columbia Pictures, dirigido por Mike Newell e escrito por Lawrence Konner e Mark Rosenthal, conta a história de uma professora de História da Arte que vai trabalhar com alunas muito conservadoras na década de 50 e tenta levar ideias liberais sofrendo muito preconceito por parte das mesmas, pois foram educadas para serem tradicionais.

Neste caso, percebemos que o cinema irá fortalecer a influência destas mulheres, no caso de mulheres mais clássica (geralmente casadas) Grace Kelly, é sem dúvida alguma, um ícone fortíssimo e representativo desta imagem chique.

Outro tipo comum entre mulheres mais jovens (jovem no sentido de mocidade, não na palavra jovem como um segmento, pois o mesmo somente se dará na década posterior), é o da garota ingênua e graciosa, charmosa e elegante que aprendeu com a mãe os caprichos de uma moça “bem nascida”.

Este estereótipo foi cristalizado na figura de Audrey Hepburn, que foi uma verdadeira surpresa para o cinema, pois, seu tipo físico não era compatível com as mulheres da época, sua silhueta era bem delgada, tinha cabelos escuros, e tinha o

pescoço longo. Só que tudo que nela era diferente de todas as mulheres da época, foi encantador por sua delicada, beleza e fragilidade.

Era a menina treinada para casar, que tinha bons modos e graciosidade elegante.



Fig. 2 Audrey Hepburn



Fig.3 Grace Kelly

No entanto, nesse leque de perfis sociais femininos dos anos 50 havia a devastadora e sedutora amante ou destruidora de lares, a mulher fatal. Esta foi muito bem protagonizada por Marilyn Monroe. Ela era a promessa da caça aos milionários, de seduzir o mais espertalhão a cair em sua armadilha, como um patinho, ela era sexo. Milhares de mulheres usaram seus cabelos em tons de louro platinado, adoraram a falsa pinta e as formas sinuosas do corpo onde as curvas eram celebradas nos vestidos que chamavam atenção.

O papel social da mulher se restringe então, ao retorno do século passado, mas novos tipos estavam se estabelecendo por Hollywood. O Cinema cristalizará com muita força esses perfis estereotipados da mulher.



Fig. 4 Marilyn Monroe

3 A MODA DOS ANOS 50

Durante as 1^o e 2^o Guerras mundiais, as mulheres perderam grande parte de sua feminilidade, pelo fato de ser o homem e a mulher da casa, supriram à mão de obra masculina nas fábricas e manter a beleza era algo que não tinha tanta importância. As mulheres passavam o dia inteiro trabalhando, em funções que eram destinadas para os homens, por precisar de mão de obra mais forte, afinal elas estavam substituindo-os, ou seja, saíram de um papel social menos importante e passaram a serem protagonistas, impulsoras e verdadeiros pilares na sociedade em um momento em que estava em crise. E essa situação tão peculiar, no caso guerra, foi responsável por memoráveis criações no mundo da moda. Segundo estilista Yves Saint Laurent, „ De uma eterna juventude a moda acompanha o tempo e perpetua-se através dele. Ela é o espelho ou reflexo da alma de uma década“.

Acreditando nessa afirmação, podemos observar a moda e a indumentária feminina em épocas de crise no pós-guerra, afinal cada década foi testemunha de um modo diferente de suprir as necessidades e anseios de um período.

No período de guerra o governo gastava muito com o mercado ibérico, a sociedade não estava com intenções de investir em algo além de vencer seus adversários. Afinal o que estava em campo não era apenas o título de como o país „vencedor“, da guerra, mas o poder econômico e o desenvolvimento de cada país.

Como citado no paragrafo acima, a guerra deixou os rastros de escassez. Com isso a indumentária feminina também passou por restrições, o vestuário utilitário, foi criado para produzir uma silhueta fina e econômica, com coletes angulados, ombros quadrados, cinturas levemente marcadas e saias em linha reta ou plissadas com barras a 18 polegadas (45,7 cm) do chão, o estilo era sóbrio e prático, com ombreiras quadradas, jaquetas e saias adornadas com um número limitado de pregas, ou seja, a moda foi limitada desde a quantidade de botões a ser usada, ocorrendo uma redução nas costuras e bainhas e fixando até o numero de pregas machas (duas) ou tombadas (quatro) para as saias. Esse período durou até 1952.

No entanto o ritmo de renascimento das industriais de moda oscilou na Europa, enquanto a produção de prêt-à-porter estava a todo a vapor nos EUA. E com o pós-guerra o clima de paz voltou e o lazer também, ou seja, as atividades dos finais de semana das famílias estavam constantes.

Mas após a guerra diversas transições ocorreriam na sociedade que passaria pelo comportamento a revoluções tecnológicas. A mulher dos anos 50 se torna mais feminina e glamorosa, de acordo com a moda lançada pelo "New Look", de Christian Dior, em 1947, ou seja, a vontade de se cuidar novamente ressurgiu com uma força maior.

O estilista Christian Dior (1905-1957), transformou a maneira de se vestir após a Segunda Guerra Mundial e criou um novo modelo. Quando todos previam simplicidade e o conforto, ele propôs o luxo e a feminilidade extrema, copiados por mulheres do mundo inteiro. Sua primeira coleção de primavera verão, „Corolle“ e „8“, foi batizada de "New Look" pela editora da revista "Harper's Bazaar" americana, Carmel Snow. Ela imediatamente estabeleceu Dior como líder no campo. Ao contrário da moda prática de Chanel, o "New Look" era, basicamente, composto por saias amplas quase até os tornozelos, cinturas marcadas e ombros naturais. Era a volta da mulher feminina e elegante. O modelo que se tornou o símbolo do "New Look" foi o "*Tailleur Bar*", um casaquinho de seda bege cinturado, ombros naturais e ampla saia preta plissada quase na altura dos tornozelos, luvas, sapatos de saltos altos e chapéu completavam o figurino impecável. Com essa imagem de glamour, estava definido o padrão dos anos 50.



Fig.5 - Modelo usando “New Look”, em 1947.

<http://www.vam.ac.uk/users/node/17219> Acesso em 6/11/2014

A coleção era fácil perceber características do New Look como: ombros estreitos, com perfis delicados, inclinados, as cinturas eram marcadas puxadas para dentro por uma roupa de baixo conhecida com *waspie* ou *guêrière*, as saias eram cheias e iam abaixo do tornozelo. Nesta época Dior foi criticado pela imprensa por estar criando roupas que necessitavam de enormes quantidades de tecido em um momento de escassez. A sua aceitação em massa no mercado levou cerca de um ano. As possibilidades comerciais foram reconhecidas e exploradas entusiasticamente nos EUA. O estilo impulsionou não apenas a indústria têxtil, mas também os fabricantes de muitos acessórios que o acompanhavam.

A produção de moda dos anos 50 carregou duas silhuetas dominantes da década de 40. A primeira compreendia um corpete ajustado, que acentuava e definia claramente os seios, uma linha de ombro natural, uma cintura apertada (maioria das vezes com cinto) e uma saia, imensamente cheia, com comprimento variado entre a metade da panturrilha e o tornozelo (sustentadas por anáguas em camadas). A segunda diferia que a saia era justíssima, com um longa abertura ou prega traseira que possibilitava o movimento. Por dez anos Dior ditou as novidades, exibindo a sua clientela duzentos modelos em cada temporada.

As linhas de Dior integrava a Zig-Zag(1948), a Vertical(1950), a Tulipa(1953) e as famosas linhas H,A e Y de 1954-1955.A sua última coleção antes de seu falecimento foi a Linha Fuso.

O estilista Cristóbal Balenciaga foi um grande colaborador desta década, muitas vezes chamado o estilista dos estilistas. Tornou-se famoso pelos trajes e alfaiataria refinados, desenhando o contorno do corpo e pela abordagem rigorosa de todas as facetas da alta-costura. Tecidos, cores e cortes, construção e acabamento deveriam estar em perfeita sintonia. Desenhou roupas elegantes, maioria das vezes dramáticas, mas com aparência de simplicidade. Um colorista talentoso utilizou preto, branco, cinza e tons vibrantes de rosa com grande efeito. Balenciaga fugiu do conceito de manequins magérrimas empregada pelos colegas costureiros, mas escolheu para sua casa modelos com um visual mediano, ou seja, fugiu do conceito de que o requisito fundamental das modelos era ser magras.



Fig.6 Cristóbal Balenciaga

<http://wikifashion.com/wiki/Balenciaga> acesso em 8/11/2014

O traje, que se tornou um clássico e apareceu em várias modificações na maioria das coleções de Balenciaga, era composto de uma jaqueta semi justa com colarinho recuado do pescoço, e uma saia simples reta ou com dois ou quatro

„panos“ ou recortes formando uma leve abertura evasê. Também utilizou decotes sem colarinho que dava destaque para as clavículas, fazendo com que os pescoços parecessem longos e esguios.

Com o pós-guerra Paris foi uma a cidade da moda. Os estilistas que tinham conservando sua reputação na década de 30, como Schiaparelli e Molyneux estavam a disposição de clientes, como os outros estilistas recém- chegados ao mercado. As mulheres com um alto poder aquisitivo poderiam escolher dentre uma série de costureiros talentosos, muitos dos quais eram membros do poderoso corpo profissional, a *Chambre Syndicale de la Couture Parisienne*. No ano de 1954 havia 54 casas de alta-costura em Paris com registro junto a *Chambre*. Os clientes que os procuram eram uma clientela que desejava modelos exclusivos, ou seja, únicos, trazendo a sensação de exclusividade.

Em 1954 Chanel reiniciou suas atividades e não fez nada para disfarçar seu desagrado com a moda das roupas estruturadas e apertadas. Este foi o momento para retrabalhar e inovar seus modelos clássicos, como o flexível conjunto de cardigã, dando-lhes um visual contemporâneo, ou seja, foi à hora de rever os conceitos e remodelar suas roupas para que acompanhassem as mudanças. Mas apenas a *Vogue* americana demonstrou algum interesse em seu trabalho. Levaram dois anos para que seus modelos fossem acolhidos novamente.

Contudo a alta-costura como uma grife parisiense ainda fosse o privilégio da elite, a disseminação dos modelos de cada estação era rápida. As cópias de Paris eram a segunda melhor coisa na costura.

Com destino a classe mais baixa do mercado, surgiu à opção de produzir seus próprios vestidos, usando moldes que eram publicados em revistas. O serviço de molde da *Vogue* continha modelos mais vanguardistas e continuava a gerar uma grande variedade de moldes de estilistas parisienses.

A realeza britânica possuía uma grande influência na moda. A presença da família era garantida nos desfiles de moda, um dos locais preferidos da família eram as principais casas de costura do pós-guerra, sendo Norman Hartnell e Hardy Amies. Em 1947 a princesa Elizabeth casou-se e o vestido usado por ela atraiu a atenção dos meios de comunicação. O vestido foi tão admirado ao ponto de ser copiado e vendido para as admiradoras.

Um fato que podemos lembrar é que durante a II Guerra Mundial os Estados Unidos estiveram menos afetados que a Europa, com isso através da observação

nas roupas dos soldados os americanos perceberam que poderia nascer uma "Moda Racional", ou seja, o "*Ready-to Wear*", que seria uma escala grande de uma mesma peça de vestuário, porém com grade de tamanhos. Essa foi uma grande sacada que fez com que os europeus mais precisamente os franceses com término da guerra ir até a América ver esse novo processo, porém não se identificaram. O grande lance dos europeus era mesmo uma alta moda, mas como recuperar seu mercado perdido? Através de Lucien Lelong o Presidente da Câmara Sindical de Alta Costura de Paris houve a ideia de criarem o "Teatro da Moda" que consistia numa variada exposição de bonecas em cenários parisienses vestidas com criações dos estilistas renomados de Paris e assinados por eles para viajarem pelo mundo. O resultado foi estupendo, a Alta Costura recuperou seu mercado e viverá seu último período de glória até o final dos Anos Dourados. O *Prêt-à-porter* embora tenha o mesmo significado que *Ready to wear*. "pronto para vestir", possuem suas particularidades.

Enquanto os americanos produziam uma larga escala de roupas, os franceses após a morte de Christian Dior que tinha impulsionado a Alta Costura com o "*New Look*" eternizando peças de cinturinhas marcadas e saias muito rodadas teve como sucessor o jovem Yves Saint Laurent que em pouco tempo de gestão percebeu que o *Ready to wear* e o princípio do segmento jovem e *street wear* estavam abalando os pilares da Alta Costura. A conclusão do jovem foi abrir num endereço renomado uma casa elegante que vendesse roupas prontas, mas não em grande escala com exclusividade, poucos modelos, mas prontos e levando uma etiqueta e marca como "pedigree" ou nome de família. A marca! Surge a Boutique Rive Gauché na Avenue Montaigne em Paris com lançamento apoiado por sua grande madrinha à atriz Catherine Deneuve. O *Prêt-a-porter* é um advento do final dos anos 50 e que se cristalizou nos anos 60 e sendo sistemas completamente diferentes.

No momento que Paris voltou a assumir a posição de líder mundial da alta costura, os Estados Unidos se engrandecia como os mais eficientes produtores de roupas prontas. Suas linhas de produção, pesquisa, desenvolvimento e os processos de varejo, continuavam enquanto a guerra acontecia. A procura por sua vez era por qualidade em vez de variedade, e isto tornou a indústria no segmento estável e próspera. A indústria permitia ser totalmente analisada, uma análise minuciosa foi publicada em 1947. E no ano de 1956, o Departamento de Trabalho

dos EUA reuniu um relatório, sobre a produção de roupas femininas especificamente voltadas para os gerentes de produção europeus.

Contudo a imprensa e os compradores começaram a olhar mais para os talentos locais, mas não deixando de admirar os talentos de Paris. Começaram a reparar que os estilistas americanos possuíam ideias inovadoras, combinadas com habilidades de produção locais, asseguravam a continuidade da Sétima Avenida com força importante. Em um país que a grande possibilidade de surgir centros localizados de moda nasceu como: Dallas, Flórida e Califórnia (principalmente Los Angeles), especializaram-se em trajes de banho e esportivo, enquanto Chicago e Nova York produziam uma ampla série de roupas.

A moda praia também passou por mudanças com o pós-guerra como: a criação do biquíni, lançado em 1946, pelo estilista francês Louis Réard, pouco tempo depois dos Estados Unidos testarem uma bomba atômica no atol de BIKINI, no Pacífico. Pode-se dizer que o empreendimento marcou o início da revolução do vestuário de lazer e esporte, que acabaria por aproveitar o potencial as fibras sintéticas para produzir roupas cada vez mais eficazes à medida que o século avançava.

Os americanos estavam na corrida pra conseguir ter suas próprias linhas de moda, ou seja, tentar inovar sem copiar as coleções parisienses que continuava sendo as mais admiradas. Os ricos e americanos elegantes gastavam uma soma considerável em roupas, como consequência o comércio era estimulado. Nesse momento começaram a mapear o mercado adolescente e confeccionar roupas com „visual jovem“, especificamente para essa faixa etária.

Enquanto o foco estava voltado para a moda feminina e as ramificações do Novo Dior, os homens após serem dispensados das forças armadas, retornavam aos cuidados com seus guarda-roupas anteriores à guerra. No Reino Unido os homens usavam conjuntos sem atrativos. A situação melhorou quando as indústrias no segmento de roupas masculinas reagiram ao momento de mudanças econômicas e ao crescimento gradual do poder aquisitivo da população. Na Grã- Bretanha, as divisões de classes eram rígidas, se os homens tivessem cupons que os permitia comprar roupas sob encomenda e acessórios, iriam à Savile Row. Porém nem todos tinham as condições de usar um traje exclusivo, com isso a saída era procurar lojas que vendiam roupas prontas como a: Cecil Gree e a Burton"s.

Os clientes mais ricos iam à busca de exclusividade com os alfaiates em Paris, entre eles os renomados Gieves, Henry Poole e Anderson & Sheppard. A ideia de que homem que se preocupava com a aparência não era másculo o suficiente, fez com que as roupas conservadoras ficassem em sobrevivência, ou seja, os trajes não possuíam brilho, eram restritas ao preto e para a noite, marinho e preto para o dia, porém toques de cor em surdina fossem aceitáveis em roupas para o esporte e lazer. A roupa deveria ser um conjunto bem cortado, de risca de giz, com acessórios de costume, sobretudo e um chapéu-coco; um conjunto de noite podia incluir um conjunto de casacas, e era vital ter o traje correto, ou seja, dos pés a cabeça. O traje masculino convencional deveria ter lapelas mais largas, mais longas, bolsos ligeiramente enviesados e a profundidade das barras italianas.

Logo após a guerra um grupo de homens bem vestidos (alguns ex- oficiais), começou a se vestir roupas a moda eduardiana. Porém a tendência possuía conotações dândis, mas foi bem recebida pelo *establishment*, por parecer ser de uma classe superior, os trajes lembravam os uniformes dos oficiais. O visual neo-eduardiano era composto por uma jaqueta longa, estreita, não transpassada, com ombros inclinados e botões altos, calças estreitas (maioria das vezes sem barras italianas), colete e um sobretudo esguio, em estilo Chesterfield, com colarinho de veludo e para completar um chapéu- coco, um guarda-chuva dobrado ou bengala com castão de prata e um par de sapatos tipo Oxford, bem polidos.

Esse novo estilo ultra refinado, baseado (como o Novo Visual de Dior), no traje histórico, mostrava um contraste completo com as roupas masculinas americanas no pós-guerra. Os trajes americanos era mais largo e ousado, diferente do europeu. As jaquetas americanas tinha um corte reto, folgado, com lapelas largas; as calças tinham bocas largas. Sendo usados com uma ostentação jovial, como: um chapéu- melão, em Londres, normalmente usada com aba reta e voltada para baixo, ao contrário do modo usado em Nova York, que usava voltada para cima, com uma inclinação marota.

Enquanto a moda evoluía, grupos de jovens aproximados por ideologias e paixões em comum (que iam de música popular a motocicletas), criavam estilos heterodoxos próprios. A juventude descontente rejeitava a aparência limpa e o conformismo da geração de seus pais e desenvolvia uma aparência desleixada. Os beats americanos usavam algodão sarjado e jaquetas da força aérea, enquanto nos bares de porão de Paris, jovens inspirados pelo existencialismo mostravam

seriedade vestindo-se de preto. As mulheres usavam suéteres largos sobre as saias ou calças apertadas, à medida que os homens davam a preferência a pulôveres e calças de veludo cotelê. Tempos depois surgiu um grupo denominado como *Teddy Boys* ou *Teds*, que tinha como estilo jaquetas drapeadas, peças de caubói (gravatas cordão de sapato) e o visual *rock'n'roll* exemplificado por Elvis Presley.

Ocorreram algumas substituições no visual, como: os sapatos Oxford brilhantes, dos neo-eduardianos que deram lugar aos sapatos com a sola de crepe (sapatos de bordel) e um adicional que predominou foi o penteado cheio de brilhantina com um grande topete. Na Grã-Bretanha inspirados no filme de 1954, *The Wild One*, com Marlon Brando, surgiram os clubes de motoqueiros e seus membros eram conhecidos como *Ton-Up Boys*, e fizeram da jaqueta de couro de Brando item essencial no visual durão.



Fig.7 Marlon Brando no papel de Johnny, em *The Wild One*.

<http://www.pinterest.com/pin/158048268147889619/> Acesso em 08/11/2014.

No período pós-guerra, a produção de roupas de baixo cresceu bastante, ou seja, a linha de lingerie também foi renovada. Foi revolucionada pelo acesso a fibra sintética, o nylon, que, desde seu lançamento pela Du Pont, em 1938, passou por restrições no Reino Unido, por causa da guerra. Quando o nylon foi introduzido no mercado aberto, os produtores o combinaram com painéis elásticos e inserções decorativas para então fabricar roupas de baixo. Esta nova fibra possuía como vantagens ser leve e fácil de secar, ainda que alguns o reprovassem pela tendência

a endurecer e ficar com aspecto amarelado ou acinzentado após as lavagens regulares. A roupa de baixo de tempo de guerra foi aos poucos sendo substituída por lingerie delicada e grandes firmas, como a anglo-americana, Kayser-Bondor, fizeram campanhas publicitárias refinadas.

No entanto as mulheres maduras continuavam fieis aos corpetes firmemente amarrados, presos com laços ou ganchos, suas filhas usavam cintas simples, de fecho traseiro, ou calçavam cintas-ligas leves. Além de manter as meias no alto, as ligas apertavam a região do estomago e o traseiro, deixando o corpo com formato esbelto, que era essencial sob os vestidos-tubo e os conjuntos de alfaiataria justos da década de 50.

As líderes da moda espremiavam-se em corpetes justos na cintura, armados, de oito polegadas. As meias de nylon tornaram-se cada vez mais comuns, com cores de tons de pele ou bronze; depois lançou outras cores como tons pastel, porém não foi sucesso. Para se conseguir a forma dos seios da moda ditada neste período, que era proeminentes, separados e pontudos, os sutiãs eram feitos com bojos cônicos às vezes acolchoados, mantidos rígidos por meio de círculos concêntricos costurados por máquina. Enchimentos de espuma para os sutiãs ajudavam as mulheres com menos volume. Era de costume e prudente usar sutiãs de linha longa, com barbatana, sob vestido sem alça.

As alterações como mostrada não ficaram apenas nas indumentárias, mas foram além. No campo dos cosméticos, o desenvolvimento da indústria no pós-guerra teve como resultado uma profusão de novos produtos, de marcas como Helena Rubinstein, Gala, Elizabeth Arden e Revlon. No final da década, o destaque na maquiagem estava voltado para região dos olhos, famosas usavam lápis preto ao redor dos olhos e a extensão das linhas em golpes ascendentes nos cantos externos. Com isso a venda de maquiagem para os olhos dispararam.

As mulheres faziam permanentes, pinturas e make-up. A maquiagem estava presente no dia a dia e a preocupação em manter a aparência era constante. As adolescentes fora do ambiente escolar usavam a maquiagem abertamente, então a indústria percebeu o potencial financeiro desse mercado florescente. Lançamentos foram promovidos com campanhas deslumbrantes.

Como consequência o segmento da beleza crescia. Era lançada uma diversidade de produtos de beleza, produtos para os olhos e pele. Um verdadeiro arsenal composto por sombras, rímel, batom, lápis para olhos e sobrancelhas e além

do indispensável delineador. A maquiagem realçava a beleza dos lábios e a perfeição da pele. Cada vez mais surgiam grandes empresas que inovavam, como a Revlon, Helena Rubinstein, Elizabeth Arden e Estée Lauder e Estée Lauder.

A marca Revlon, sediada em Nova York, assumiu a liderança no mercado, tendo páginas duplas e coloridas nas revistas de moda, anunciando a bienal de batom „à prova de borrão“ e esmalte de unhas „à prova de lascas“. E o gasto com publicidade era grande. Muitas celebridades eram contratadas para anunciar cosméticos, perfumes e roupas, os redatores das revistas inventavam nomes atraentes para os produtos, como „Rainha de copas“, „Cerejas na neve“ e „Fita Vermelha“.

Em 1954, a estrela de Hollywood Ann Blyth endossou o Pan-Stik (um creme sólido), de embalagem precisa e prática, que cabia facilmente na bolsa. Era extremamente popular na década de 1950, mas pesado em comparação com a maquiagem leve desenvolvida no final da década de 1960.

Na Europa Surgiram a Biotherm, em 1952 e a Clarins, em 1954 lançando produtos feitos a base de plantas, que se tornariam tendência a partir daí. Eram também o auge das tintas para cabelos, loções alisadoras e fixadoras que passaram a fazer parte dos cuidados de beleza feminino da época.

Em 1955, a Max Factor lançava algumas novidades importantes; o ERACE (corretivo em bastão), tempo depois a Base fluída (base em textura quase líquida de fácil aplicação) e o Creme Puff (pó compacto, prensado em embalagem portátil com espelho e esponja aplicadora), sendo todos criados e patenteados pela Max Factor, e que atualmente permanecem sendo comercializados. Na época outras marcas concorrentes a Max Factor produziram esse tipo de produto.

A principal característica que as mulheres adoravam dos anos 1950 eram os olhos bem marcados, por isso a indústria cosmética disponibilizava diversos lançamentos, com um verdadeiro arsenal em cores de sombras e lápis para olhos, lápis para sobrancelhas e lábios, máscara de cílios e delineador se tornam indispensáveis. Um dos hábitos no momento de se maquiar era combinar a cor da sombra com a íris dos olhos, com a cor da roupa, chapéu, unhas e joias, a maioria das sombras era vendida por cor em embalagens unitárias; mais tarde foram lançados estojos com duas ou três cores em combinação de tons claros e escuros. O delineador de olho quase sempre era líquido ou em lapiseira, as mascaras de cílios tinha sua aplicação feita por uma escovinha, mas após um período foi lançada

a máscara com bastão próprio pela marca Max Factor, com uma forma mais líquida que está em uso até os dias atuais. Logo depois foram lançadas as máscaras coloridas, mas que virou moda nos anos de 1960. O blush não era tão procurado, pelo o fato das mulheres quererem manter uma pele uniforme e clara.

O batom vermelho reinou nos lábios das mulheres durante a década de 1930 a 1940, porém os tons mais claros começaram invadir espaço, principalmente por causa das mães, que possuíam costumes conservadores, ou seja, não deixavam suas filhas usarem batom vermelho. Na maioria das vezes eram usados somente pelas mães, avós e tias, pois o batom vermelho não era bem visto pela sociedade da época. Mas como tudo estava sendo mudadas, as jovens deste período queriam ser diferente de suas mães e avós. Por isso adquiriram sua própria identidade, foi neste momento que surgiu os batons claros, e mais tarde apareceu à textura cintilante no final da década. As cores mais usadas eram pêssego, tons pastel, cores como, lavanda, rosa bebê, bege e outras cores pálidas. Um dos sucessos foi o batom Coronation Pink de Helena Rubinstein usado pela rainha da Inglaterra em sua coroação, tornou-se o „It“ mais chique. O gloss veio à tona após ter sido esquecido, mas muitas mulheres também usavam vaselina nos lábios para dar mais volume. As principais marcas de cosméticos desta época era a Max Factor, Revlon, Avon, Maybelline, Ponds, Helena Rubinstein, Elizabeth Arden e Estée Lauder.

Em relação aos cabelos da época todos era bem montados, a moda de usar bobs e o secador era um recurso muito usado para conseguir um efeito ondulado. Os penteados poderiam ser coques ou rabo de cavalo, como os de Brigitte Bardot. O corte ficou mais curto, com mechas caindo no rosto que davam um ar de delicadeza.

Este período chamado como „Os anos Dourados“, é considerada a época mais elegante da maquiagem, a moda era ditada especialmente pelas mulheres famosas como a miss universo, e principalmente pelas atrizes do cinema, que eram espelhadas em tudo. Os dois estilos que marcaram a década foi os das ingênuas chiques Grace Kelly e Audrey Hepburn, que tinha como característica a naturalidade e jovialidade e o estilo sensual e fatal como os das atrizes Rita Hayworth e Ava Gardner. Apesar de tantos perfis, o grande símbolo de beleza da década de 50 foi à atriz Marilyn Monroe, estabelecendo um padrão de sensualidade que atravessou décadas seguindo até os dias atuais.

Em uma época de mudanças a música também sofreu mutações, com o surgimento de um novo gênero o *Rock' n' roll* e o ritmo *Rockabilly*. Apareceu pela

primeira vez em um programa de rádio no estado de Ohio (EUA), no ano de 1951. Nesta fase inicial rapidamente ganhou a simpatia dos jovens que se identificavam com o estilo rebelde dos cantores e bandas. No ano de 1954, Bill Haley lançava seu grande sucesso *Shake, Rattle and Roll*. No ano seguinte, surge no cenário musical o rei do rock Elvis Presley.



Fig. 8 Elvis Presley

<http://escola.britannica.com.br/assembly/135337/Elvis-Presley> Acesso em 08/11/2014 .

Muitos cantores como Chucky Berry, Billy Haley, Little Richard, Johnny Cash Chubby Checker fizeram história neste período. Porém o novo ritmo começou a influenciar no modo de se vestir dos jovens. As roupas passaram a ter um ar colegial, que teve origem no *Sportwear*. As moças usavam calças cigarretes na altura do tornozelo, vestidos e saias rodadas, sapatos baixos, suéter e jeans.

Este novo gênero era mal visto aos olhos dos pais, desses jovens que saiam pra apreciar as festas ao som do novo gênero, como afirma André Midani „É a música de quem quer mata o pai“. Fica claro que os mais conservadores levavam a sério a frase acima citada.

3.1 O CRESCIMENTO DOS ANOS DOURADOS NO BRASIL

No Brasil, a década de 50 inicia-se em clima de democracia e desenvolvimento industrial. O presidente Getúlio Vargas entra no poder, com a ideologia do desenvolvimento nacionalista, tendo como instrumento político os trabalhadores, como mostra a citação de Getúlio, „ Preciso de vós, trabalhadores do Brasil, meus amigos, meus companheiros de longa jornada; preciso de vós, tantos quanto precisais de mim (...). Preciso que formeis um bloco forte e coeso ao lado do governo, para que este possa dispor de toda força de que necessita para resolver os vossos próprios problemas“ (Getúlio Vargas, discurso em 1º de maio de 1951).

Porém o custo de vida tornou-se alto e a inflação subiu drasticamente, operários entravam em greves nas fábricas, tendo como reivindicações o aumento salarial e contenção do custo de vida, porém as soluções para o aumento vieram mais tarde.

Com tudo o governo começou a perder força e apoio, especialmente das classes conservadoras. Getúlio respondeu as pressões de forma drástica, renunciou seu mandato com a sua morte, com um tiro no coração e deixando uma carta-testamento: „Eu vos dei a minha vida. Agora, ofereço a minha morte. Nada receio. Serenamente, dou o primeiro passo no caminho da eternidade e saio da vida para entrar na história. “

Logo após o falecimento de Getúlio, um candidato considerado popular este chamado de Juscelino Kubitschek de Oliveira, conhecido popularmente de JK, assumiu a presidência, tendo a marcante frase „50 anos em Cinco“ , sendo o resumo da proposta de um governo que faria do otimismo sua principal característica.

Além dos acontecimentos na política e sociedade, a moda no Brasil neste período também se modificava, foi à época dos playboys de Copacabana, que possuíam Cadillacs, usavam calça rancheira, mocassim branco e camisas ban-lon.

A mídia continuava crescendo, o rádio continuava sendo o maior veículo de massas, elegendo cantoras como verdadeiras rainhas sendo elas Dalva de Oliveira, Mary Gonçalves, Ângela Maria, Marlene, Emilinha Borba, Vera Lúcia, e Doris Monteiro, sendo a revelação na música brasileira de 1956. Em 1958 surgiu a Bossa Nova, com nomes que fizeram história como Tom Jobim e Newton Mendonça. A televisão teve seu começo no Brasil em 18 de setembro de 1950, na cidade de São Paulo, por iniciativa de Assis Chateaubriand: TV Tupi.

Nesta década o desenhista, Alceu Penna ditou um padrão estético e de comportamento para as jovens da época, com sua seção „Garotas“, em O Cruzeiro, que tinha como público alvo as mocinhas dos anos 50, o perfil ditado pelo desenhista era conhecido como „As garotas do Alceu“, que mostrava a namorada que o país sonhou, ou seja, incentivava a mulher moderna, charmosa, elegante, mas com um comportamento que não colocava em risco o machismo. E neste momento os cuidados começaram a aflorar.

A moda brasileira teve o marco com o surgimento de boutiques e costureiros, dando início à costura “De Auto“, ou seja, não eram copiadas dos lançamentos europeus. O estilista Gil Brandão foi o grande destaque no cenário (ALMEIDA, 2003).

Porém o público nacional menosprezava os tecidos produzidos no Brasil, por achar que não eram tão refinados, como os europeus. Embora nesse momento a indústria têxtil estivesse se consolidando, ainda havia dificuldades para exportar os tecidos, por consequência da Das Guerras Mundiais, nesta situação o Brasil adotou políticas de substituição dos importados pela produção interna, ou seja, o país começou a utilizar a sua própria produção. Como consequência ocorreu o surgimento de várias fabricas em praticamente em todos os setores da atividade manufatureira. No segmento têxtil ,as empresas se ampliaram ,passando a ter dois turnos de trabalho e produzindo mais para satisfazer o mercado interno e, ainda, exportando para mercados maiores, principalmente da Europa e dos Estados Unidos.

A economia e a indústria têxtil passavam por dificuldades e diversas inseguranças, porém tempos depois o governo iria dar o incentivo necessário para o desenvolvimento das indústrias. Foi nessa época que a televisão chegou ao Brasil, com isso facilitava o acesso à informação, inclusive sobre moda e comportamento na Europa e nos Estados Unidos. As revistas ditavam as tendências, com as colunas sociais e o refinado gosto pessoal das mulheres da alta sociedade totalmente indiferentes à indústria nacional. Ocorrendo um aumento nas tiragens de revistas e jornais, com colonistas renomados, com isso passou-se a exercer a importante função na divulgação dos fatos que envolviam a moda.

Diante desta situação, alguma atitude precisava ser tomada. Então convidaram nomes da alta costura francesa e costureiros brasileiros famosos, para que pudessem apresentar para sociedade paulista e carioca as coleções utilizando

os tecidos brasileiros. Sendo assim a indústria promoveu desfiles de moda com a intenção de intensificar a quebra do preconceito que a população tinha com os tecidos produzidos no país, pois achavam que não eram tão refinados quanto aos europeus.

No ano de 1958, Caio de Alcântara Machado, criou a Fenit (Feira Nacional da Indústria Têxtil), no Pavilhão Internacional do Parque do Ibirapuera, em São Paulo, sendo assim o primeiro salão de moda que reunia maquinário, vestuário e matéria-prima, assinalando o amadurecimento do setor. Nessa mesma fase, surge a imprensa de moda destinada aos profissionais.

Em 1959, o renomado estilista Gil Brandão lançou no Brasil a ideia do “faça você mesma”, que ensinava no Jornal do Brasil e revistas da época corte-e-costura, publicava moldes fáceis de ser seguidos, democratizando assim modelos antes só acessíveis às elites. (TAVARES, 2011).

As tecelagens nacionais promoveram criações assinadas por estilistas renomados, pelo fato do público ser indiferente perante o tecido nacional. Neste período, surgiram às boutiques e grandes costureiros nacionais como Gil Brandão, Nei Galvão, Clodovil Hernandez, Guilherme Guimarães, Dener Pamplona e Markito.



Fig. 9 Gil Brandão <http://neilatavaresgeleiageral.blogspot.com.br/2011/09/gil-brandao-moda-brasil-anos-50.html> Acesso em 09/11/2014.

Com a facilidade do „Prêt-à-porter“, as pessoas começaram a se sentirem inferiorizadas socialmente, pois suas indumentárias que apenas a elite usava agora estavam acessíveis pra todos, ou seja, era muito mais fácil de encontrar os últimos lançamentos prontos. Os tecidos mais utilizados era o tafetá, chiffon, cetim, crepe de seda, Jersey, veludo, tecidos 100% algodão, tule, organdi, fustão, filó de nylon, alpaca e renda. E os fios sintéticos possibilitava uma grande variedade de texturas e cores.

Em relação à indumentária feminina, a saia balão foi uma continuação do *New Look*. Porém as saias plissadas com conjunto de blusa e casaquinho de ban-lon, acompanhados de meia soquete e sapato mocassim, as calças de helanca com blusas de Jersey estampado foram bastante usados na época. Alguns entendedores de moda da época elegeram dois modelos como os mais importantes da década sendo o redingote e o tailleur. O primeiro era um vestido cinturado, de saia larga, preso na frente e com cinto fantasia atrás (martingale). O segundo era uma saia justa e o casaco curto e solto do corpo, usado com blusa sem gola ou de jabot. Normalmente eram produzidos em tweed, drap, shantung ou gorgorão.

Podemos concluir com este primeiro capítulo que os anos 50, foi a década da inovação tecnológica e comportamental, glamour, elegância, beleza, cinema, música, nomeado como “Anos Dourados”.

4 AS GRANDES DIVAS HOLLYWOODIANAS COMO ÍCONES DE MODA DA DÉCADA.

Na década de 50 várias mulheres se destacaram no cinema. Mas não me refiro às mulheres que se influenciavam pela moda, mas aquelas que influenciavam outras mulheres com o seu modo distinto de ser. São divas, ou seja, são mulheres que se destacaram maior parte através das artes, principalmente a cinematográfica. Elas fizeram e marcaram gerações e com isso o mundo inteiro estava com o olhar voltado para elas.

Em um período em que não existia a internet, os fãs iam à busca de informações sobre os artistas em revistas, jornais e em filmes. Nos estúdios eram tratadas como deusas, fosse a Hollywood ou em Cinecittá. Algumas foram felizes como Audrey Hepburn, outras nem tanto com o final triste como Marilyn Monroe.

Há uma extensa lista de atrizes que fascinaram e marcaram esta década como: Elizabeth Taylor, Ann Blyth, Ingrid Bergman, Doris Day, Audrey Hepburn, Grace Kelly e Brigitte Bardot, etc. Porém tem as que influenciaram no comportamento ao vestuário. E este título vai ser dividido entre Marilyn Monroe e Audrey Hepburn. Uma é o oposto da outra, mas que se completam.



Fig.10 Doris Day

<http://theredlist.com/wiki-2-24-525-526-655-view-1960s-1-profile-doris-day-1.html> Acesso em 12/11/2014.



Fig 11. Brigitte Bardot

<http://www.fanpop.com/clubs/brigitte-bardot/images/16486071/title/bb-seduisant-photo> Acesso em 12/11/2014.

4.1 DE NORMA JEAN A DIVA MARILYN MONROE

Em 1º de junho de 1926 nasce Norma Jean Mortenson. No hospital Geral de Los Angeles, as 9h30 da manhã. Fruto de uma rápida relação amorosa de sua mãe Gladys Monroe Baker e um „amante“, de paradeiro desconhecido. Após seu crescimento tentou ir atrás do paradeiro do seu suposto pai. Mas não obteve êxito.

Então Norma começou a trabalhar em uma fábrica de paraquedas que fornecia para as forças armadas, pois era período de guerra. Corria o ano de 1945 e a guerra também acontecia. O fotografo David Conover descobriu a simples operária. A ideia era fugir do estereótipo da mulher operária tradicional e capturar imagens de operárias bonitas e que estivesse fazendo o seu quinhão para colaborar no esforço de guerra.

Quando de repente apareceu uma moça, de cabelo loiro acinzentado, rosto delicado e sujo de graxa. A seção de fotos durou quase duas semanas. Logo após suas fotos foram levadas para algumas agências em Hollywood. Todos ficaram impressionados com sua beleza, então começou a trabalhar na agência de modelos de Emmeline Snively.

Em 1946, ela apareceu em 33 capas de revistas. O seu corpo chamava a atenção de todos e por isso não tinha o perfil de uma modelo de moda. Pois todos olhavam seu corpo e não seu vestido.

Norma sonhava que, um dia viria a ser uma atriz renomada como Jean Harlow. O executivo da Twentieth Century Fox queria dela algo simples: que mudasse o seu nome antes de assinar aquele que viria a ser seu primeiro contrato. No ano em que Norma Jean tornou-se Marilyn Monroe a indústria cinematográfica estava em baixa, porém a Fox vivia em uma ótima fase. No ano de 1955, Marilyn se afirmou como atriz de verdade, com o filme O Pecado Mora ao lado. O fato de seu estereótipo fugir das que eram ditadas na época, muitas pessoas a achavam que fosse apenas um corpo para dar prazer, mas ela mostrou que não era mais apenas um rosto fascinante, afinal era fora de padrão uma mulher nesta época posar nua

em alguma revista, mostrar as pernas frequentemente, ou seja, chamar tanta a atenção do público.

Embora seu comportamento no decorrer de sua carreira mudou bastante, chegava sempre atrasada no estúdio, passou a frequentar seu psicólogo com frequência e fazer o uso constante de remédios, após seu divórcio com Miller ocorreria uma grande aproximação com aquele que estava assumindo a presidência, seu nome era John Fitzgerald Kennedy. Muitos asseguram que teve alguns encontros entre os dois, outros afirmam que não teve nada além de admiração de ambas as partes, o mistério sobre esta história se mantém até os dias atuais.

No entanto Marilyn Monroe brilhava com seu glamour, beleza e sensualidade. Por onde passava atraía diversos olhares e convites. Portanto a fama saciava apenas um lado de sua alma.



Fig.12 Marilyn Monroe

<http://backstagequeens.blogspot.com.br/2014/02/de-norma-jeane-marilyn-monroe.html> Acesso em 15/11/2014.

Após passar pela crise com a Fox, em que foi demitida e ganhou um processo da ordem de US\$ 1 milhão, e estava se preparando para dar a volta por cima, Marilyn passaria por diversas crises existenciais. A jovem atriz no auge da sua

carreira começou sentir insegurança, insônia, ansiedade e ataques de pânico, já não sabia como lidar com a fama. Seu psicanalista receitava remédios e terapia como tratamento, porém cada vez mais a diva estava se perdendo em seus próprios monstros. Começou então a fazer uso excessivo de remédios como barbitúricos e calmantes; muitas das vezes misturado com bebidas alcoólicas. E a cada dia que passava a jovem estava mais perdida.

No dia 5 de agosto de 1962, a atriz foi encontrada morta em cima de sua cama na sua residência em Los Angeles, Marilyn faleceu com 36 anos de idade, porém deixou um grande marco na história cinematográfica e da moda.

O seu modo de vestir chamava a atenção. A jovem gostava de usar vestidos com recortes provocantes que valorizassem seus seios e curvas, seus cabelos sempre impecáveis e platinados, seu delineador bem desenhado e seus lábios sempre estavam com o batom vermelho. Esse foi o perfil que Marilyn criou e que se mantém até os dias atuais.

Pois atualmente ainda encontramos esse perfil nas mulheres do século XXI, ou seja, o batom vermelho tornou-se símbolo de desejo e os olhos delineados de sensualidade.



Fig.13 A atriz Scarlett Johansson, participa de campanha para a marca Dolce & Gabbana, inspirada em Marilyn Monroe.
<http://batonetc.com.br/scarlett-johansson-inspirada-em-marilyn-monroe/> Acesso em 11/11/2014.

4.2 AUDREY HEPBURN

Outro perfil que influenciou bastante foi o da atriz Audrey Kathleen Ruston, mais conhecida como Audrey Hepburn, nascida em 4 de maio de 1929, em Ixelles. Possuía jeito meigo e romântico, ao contrário de Marilyn Monroe, que demonstrava sua sensualidade por onde andava. O seu modo de vestir influenciou muitas mulheres e popularizou alguns itens do guarda roupa feminino que ainda são usados atualmente, como: a sapatilha, a calça Capri, maquiagem leve e natural, vestido tubinho preto, luvas, óculos de sol grande, lenços no pescoço, *treat coach* e vestido com sapatilha. Seu estilo sempre foi considerado como um dos mais elegantes que se perpetua até hoje.

Audrey fez sucesso com os filmes „Bonequinha de Luxo“ e „A princesa e o plebeu“, ganhando o prêmio Oscar de melhor atriz. Vinda de uma família que passou por experiências negativas por causa da Segunda Guerra Mundial, a bela moça desde muito nova foi para o colégio interno e se dedicava ao balé. Por tanto seu amadurecimento precoce fez com que crescesse uma jovem mais reservada e esforçada. A jovem casou-se três vezes, seu sonho de ser mãe era imenso, porém sofreram quatro abortos em sua vida, seu segundo marido tinha casos extraconjugais, no entanto seu comportamento gentil se mantinha, apesar de toda a mídia ficar falando sobre seus altos e baixos.

Em 1987, deu início ao seu mais importante trabalho: o de ser embaixatriz da UNICEF passou o ano viajando. Teve uma participação no filme „Além da eternidade“, este que foi seu último filme.

No ano de 1993 foi diagnosticada com câncer de apêndice, porém espalhou-se para o colón. A bela atriz veio a falecer no dia 20 de janeiro de 1993 às 7 horas da noite, aos 63 anos.

Audrey Hepburn se foi, mas deixou seu legado na moda, perpetuando trajes e acessórios que até então as mulheres não sabia como usar, com a ajuda do estilista Hubert de Givenchy, a atriz conseguia manter sua elegância dentro e fora das telas, embora provasse que não era apenas uma indumentária bonita que se faz uma mulher ser bela, mas sim um conjunto passando por seus trajes até o seu comportamento.

Neste último capítulo, pode ser observado que o modo que grandes atrizes hollywoodianas se vestiam, influenciou a indumentária de milhares de mulheres sendo que atualmente permanecem vestígios desses grandes ícones da moda.



Fig 14. Audrey Hepburn

<http://www.quintatrends.com/2009/06/un-ano-mas-de-moda-con-audrey-hepburn.html> Acesso em 12/11/2014.

5 CONCLUSÃO

Podemos afirmar que a década de 50, foi à época em que a feminilidade e a elegância tomaram conta das mulheres. Foi uma época em que as pessoas estavam voltando a se estabilizar, tanto na parte financeira como a psicológica, afinal estavam saindo de um período pós-guerra, em que a situação econômica dos países estava dilacerada e a população em estado de apreensão. Os homens estavam retornando as suas casas, após ficar um longo período nos campos servindo ao exercito, eles voltaram com a vontade de se cuidar, ou seja, inovar seus trajes.

A moda foi inovada pelo estilista Christian Dior, que surpreendeu a todos, afinal em um momento de recuperação, ele inovou mostrando que era o momento para se mudar os trajes, criar indumentárias femininas e charmosas, independente de usar tecidos em excesso, ou seja, ir contra ao que estava sendo imposto e criar uma nova silhueta feminina.

Os trajes mudaram e conseqüentemente, a maquiagem acompanhou as transições fazendo parte dos looks, sendo assim estar impecável era o que todas as mulheres procuravam ser, se inspirando naquelas que estavam nas telas, ou seja, as atrizes hollywoodianas.

Mas após tantos anos esta década ainda, é estudada e vista com um olhar diferente. Atualmente a indústria utiliza o termo *Vintage*, para novas criações de produtos, desde roupas a eletrodomésticos, sempre inspirados na ideia dos Anos Dourados, ou seja, tentam resgatar características desse período. Os Pesquisadores tentam descrever os fatos e o comportamento dos anos 50, que instigam a curiosidade de amantes desta década desde livros até artigos em blogs. Mostram que mesmo com o passar dos anos, com o avanço da tecnologia, com as novas tendências, esta década influência até os dias atuais.

Os anos 50 foi o período da inovação tecnológica e comportamental, glamour, beleza, elegância, cinema, música, nomeado como “Anos Dourados”.

6 PESQUISA BIBLIOGRÁFICA

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. Citação: NBR-10520/ago - 2002. Rio de Janeiro: ABNT, 2002.
_____. Referências: NBR-6023/ago. 2002. Rio de Janeiro: ABNT, 2002.

Gontijo, Silvana. **80 anos de moda no Brasil.** Editora Nova Fronteira, 1986.

Mendes, Valerie. D; Haye, Amy de la. **A moda do século XX**, 2º. Ed. São Paulo, 2009. -(Coleção Mundo da arte).

Mackenzie, Mairi. **Ismos: para entender a moda** - São Paulo: Globo, 2010.

Pezzolo, Dinah Bueno. **Tecidos: história, tramas, tipos e usos** - São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2007.

Severino, Antonio Joaquim. **Metodologia do Trabalho Científico.** 23ª ed. rev. e atual. São Paulo: Cortez, 2007.

Viana, Francisco. **Marilyn Monroe Biografia**, São Paulo Editora Três, 1999.

A Época da Feminilidade. A Mulher da Década de 50.

http://www.sebrae.com.br/setor/textil-e-confeccoes/o-setor/historia/integra_bia/ident_unico/1449 Acesso em 9/9/2012 11h57

A Moda e a Situação Econômica Brasileira. Análises dos estilos que marcaram a moda da década de 40 a 60. Disponível em:

http://www.sebrae.com.br/setor/textil-e-confeccoes/o-setor/historia/integra_bia/ident_unico/1453 Acesso em 09/9/2012. 12h35

Brandão, Amanda. **Moda Anos 50-Décadas da Moda.** Disponível em:
<http://nadafragil.com.br/moda-anos>. Acesso em 01/11/ 2012. 13h13

Garcia, Claudia. **Anos 50 – A Época da Feminilidade.** Disponível em:
<http://almanaque.folha.uol.com.br/anos50.htm>. Acesso em: 29/8/2012. 16h54.

Garcia, Claudia. **Christian Dior. A Volta da Feminilidade.** Disponível em:
<http://almanaque.folha.uol.com.br/christiandior.htm> Acesso em: 20/11/2012.
15h32

Gonçalves, Fabinho. **A maquiagem nos anos 1.950.**
<http://www.fabiogoncalves.com/blog/?p=7886>, Acesso em 8/11/2014. 00h30.

Peixoto Batista, Cristina. **Mulheres em tempos de guerra: análise do comportamento e da moda feminina nos anos 20 e 50.** Disponível em:
http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_a.php?id_articulo=5510&id_libro=11, Acesso em 07/11/2014. 16h32.

Tavares, Neila. **Gil Brandão - Moda Anos 50.** Disponível em:
<http://neilatavaresgeleiageral.blogspot.com.br/2011/09/gil-brandao-moda-brasil-anos-50.html> Acesso em 16/09/2012 12h31

