

Resumo da década de
1950-1959

Unidade Curricular de História da Moda
Prof. Esp. Valdecir Babinski Júnior e
Prof. Msc. Talita Cardoso Borges



Zeitgeist

(expressão germânica)
Espírito do tempo



Ethos

(expressão grega)
Costume ou estilo de ser

Weltanschauung

(expressão germânica)
Visão de mundo

Pari-passu

(expressão latina)
Mudança social constante

Década de 1950-1959: os anos dourados

Pesquisa de zeitgeist	<i>Zeitgeist</i> (espírito do tempo)	- A vida passa a ocorrer dentro do lar e em motivo do homem: a mulher torna-se um “bibelô” a ser cercada por cosméticos, roupas, filhos e eletrodomésticos; + Explosão da taxa de natalidade.
	<i>Weltanschauung</i> (visão de mundo)	- A visão de mundo da década é consumista, baseada na ideologia do consumo civilizatório criada pelos EUA: para ser cidadã(o), preciso ser consumidor(a); + Ascensão da elite masculina.
	<i>Pari-passu</i> (mudanças sociais)	- A indústria norte-americana avança tecnologicamente, e é criado um plano de expansão comercial que influenciou várias nações, o <i>American Way of Life</i> , baseado no consumo exagerado.
	<i>Ethos moda</i> (costume e jeito de ser)	- A Alta-Costura volta a ditar a moda, porém Paris divide cenário com Londres e Nova York; + A “a cintura de vespa” torna-se uma obsessão; + Influência da TV e do cinema dos EUA.
Pesquisa biográfica	Cristóbal Balenciaga (1895-1972): conhecido como “o espanhol”, foi amplamente influenciado pelo <i>New Look</i> , mas também trabalhou com a silhueta em H (vestido túnica), em O (vestido balão/balonê) e em A (vestido <i>Baby-Doll</i>).	
	Christian Dior (1905-1957): é, sem dúvida, o nome da década. Seu estilo tornou-se a ditadura do bom gosto. Seus vestidos rodados e amplos impediam a mulher de ter conforto no mundo do trabalho, o que contribuiu com o <i>zeitgeist</i> .	

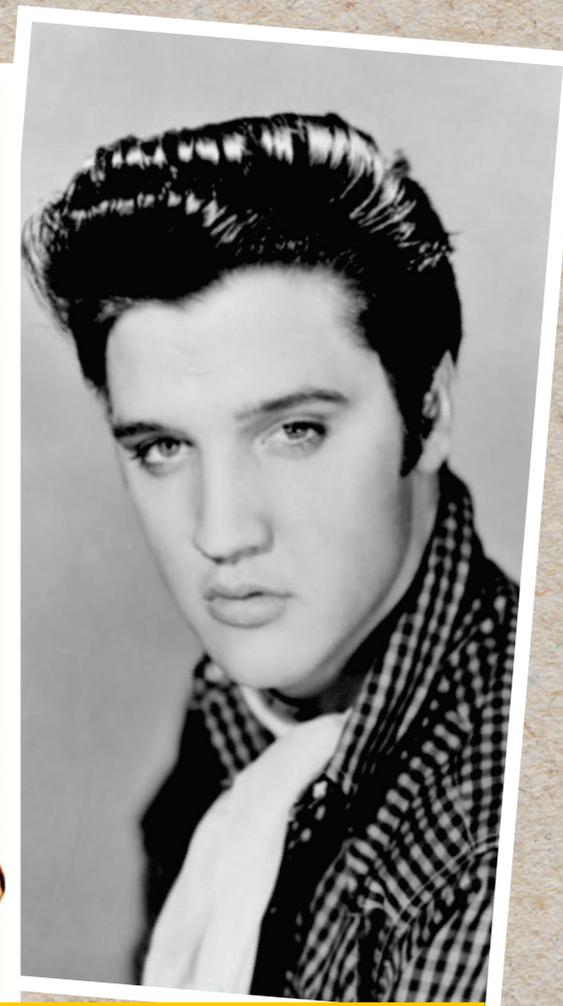
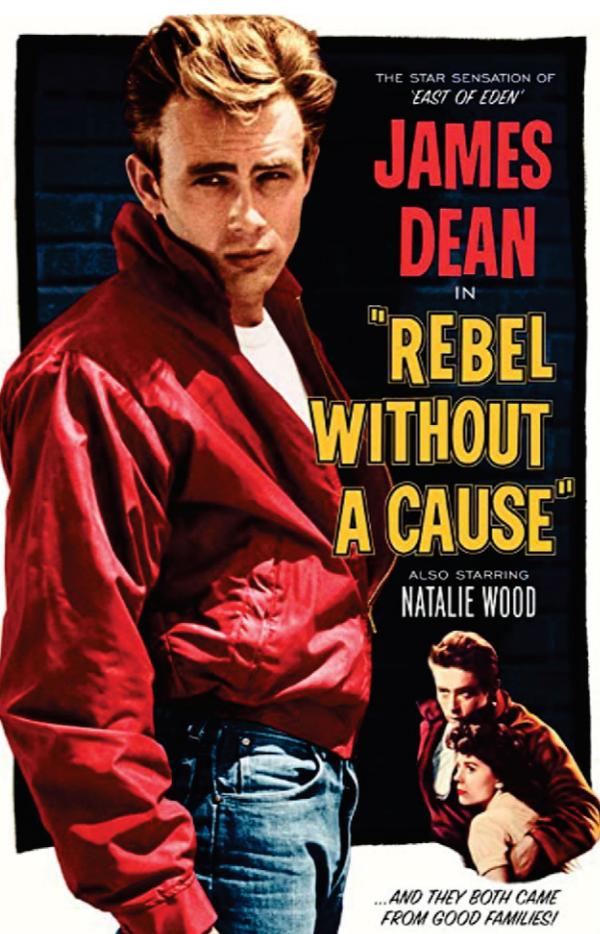
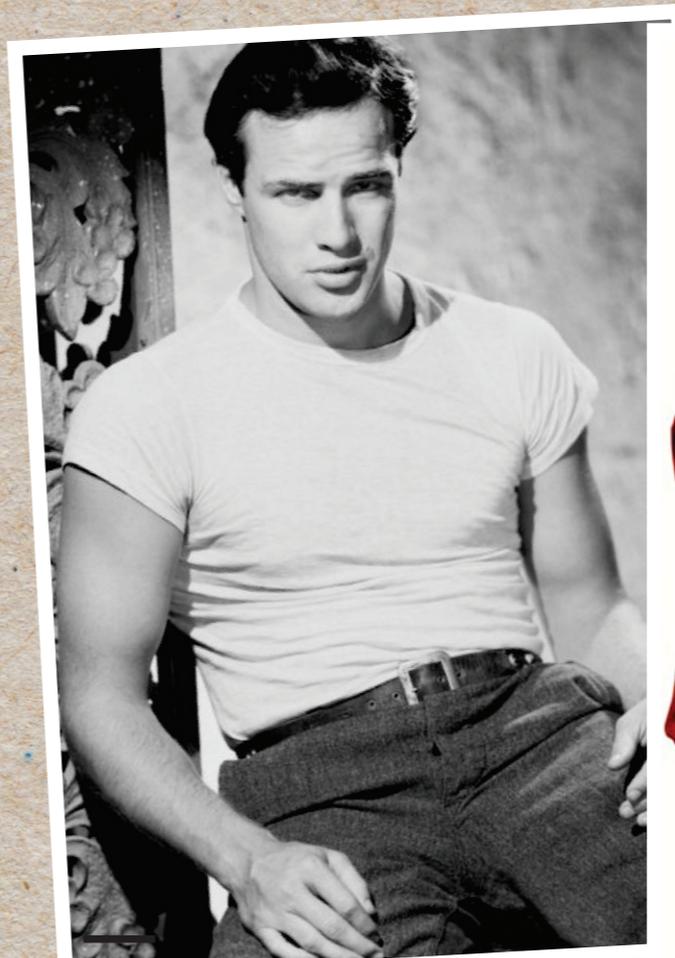


Tudo ornando: luvas, chapéus com abas grandes e *scarpins* decorados conforme o tecido dos vestidos eram sinais de bom gosto. Já estes, poderiam ser em linha A, H ou Y, com decotes estilo princesa ou ter abotoamentos frontais como àqueles chamados de *chemisier*.

Considerações importantes

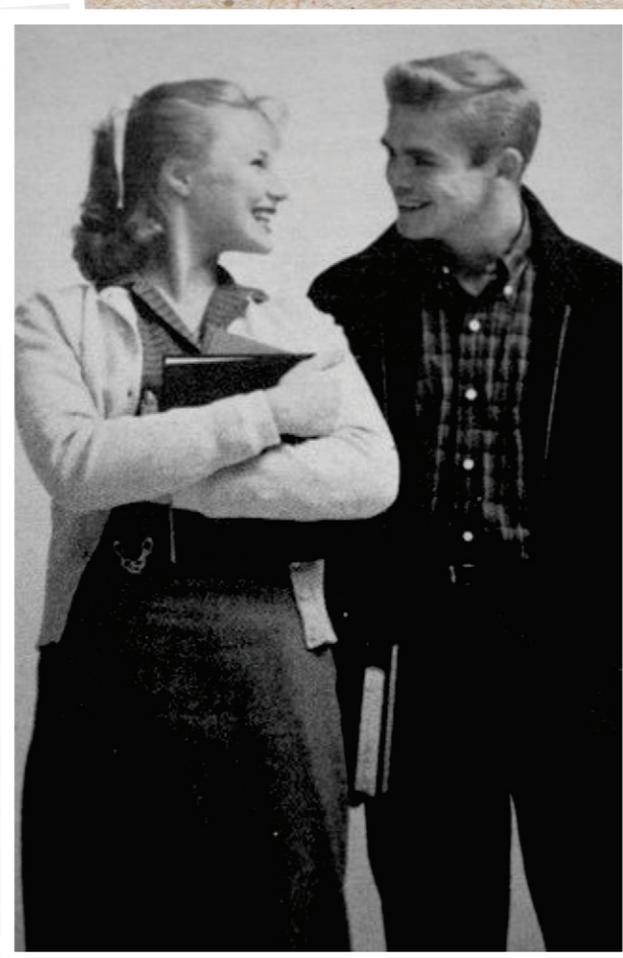


Bela, recatada e do lar: a televisão começa a influenciar a moda a partir da vida dentro do lar, o qual era o *locus* da mulher dita “de respeito”.

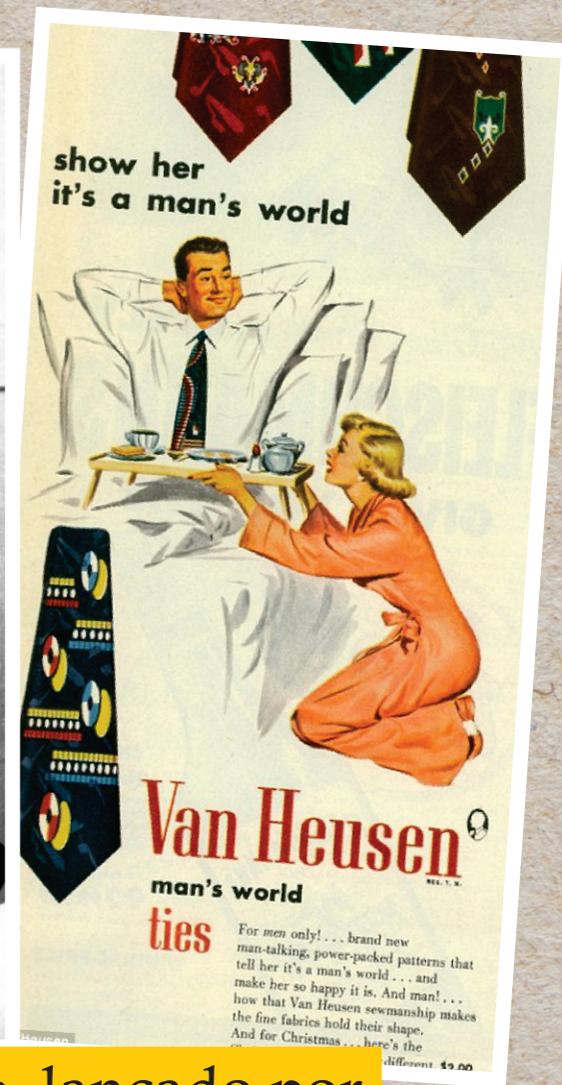
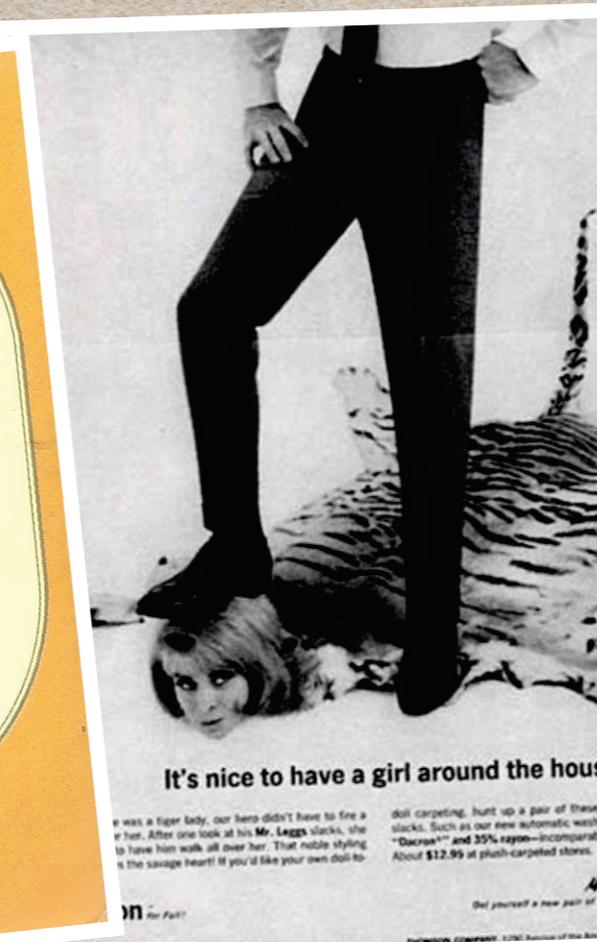
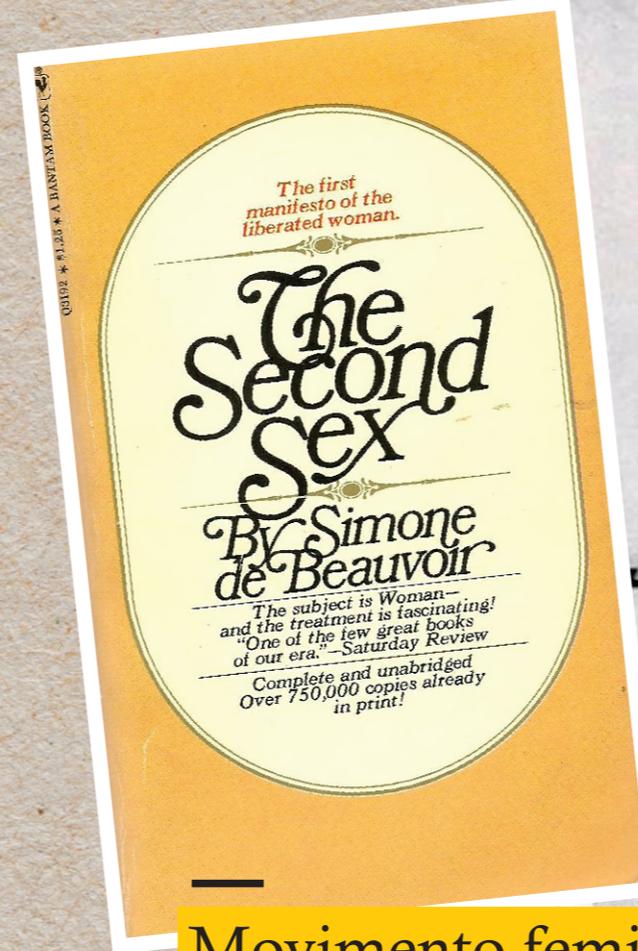


Adultos conversadores: a moda masculina dos homens adultos volta à *Belle Époque*, com ternos sóbrios, gravatas e paletós compridos.

Jovens rebeldes: calças jeans com a bainha virada e camisetas de malha passam a compor o visual rebelde entre os homens jovens da época. Inspirados por James Dean, Marlon Brando, Elvis Presley e o *rock and roll*, eles passaram a usar topetes com brilhantina e costeletas.



Estilo colegial: surge na cultura jovem através do uso de cardigãs, saias rodadas, meias soquete, saltos baixos e rabos-de-cavalo.



Movimento feminista: inspiradas pelo livro *O segundo sexo*, lançado por Simone de Beauvoir em 1949, muitas feministas passaram a denunciar a “felicidade doméstica” como regressão social.



Maquiagem: pela primeira vez, os olhos passam a receber muita atenção. O “olhar de gazela” impunha-se e era combinado com lábios vermelhos e voluptuosos, somados com uma pele pálida e coberta de pó. O ritual de beleza levava, em média, 3 horas.



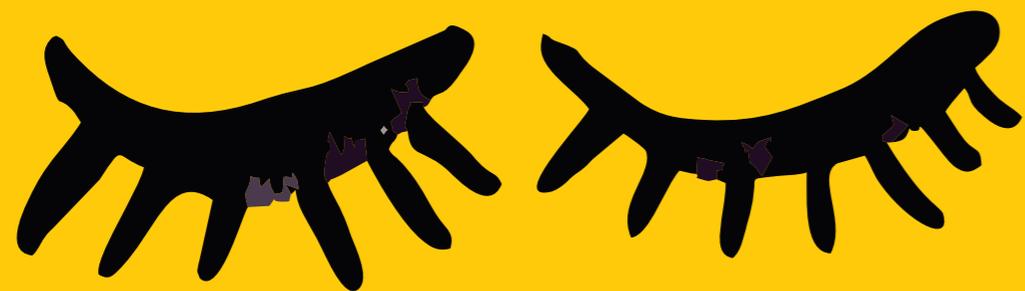
A cultura das celebridades se intensifica e surge a primeira *top model*: Bettina, que fazia seu próprio cabelo e sua própria maquiagem, divide a cena com Marilyn Monroe que personifica o estilo *pin-up* nos EUA e com Brigitte Bardot, e seu coque “chucrute” na Europa. Essas *sexy symbols* baseavam suas imagens no erotismo ingênuo das “mulheres-meninas”.



Underwear: com a volta da fabricação do nylon destinado ao vestuário, cresce em importância a roupa de baixo. *Lingeries*, sutiãs cônicos, cintas modeladoras e corpetes com barbatanas popularizam-se entre mulheres jovens e “donas de casa”, principalmente, após a ascensão das ilustrações *pin-ups*.



Eyewear: com a atenção voltada para os olhos pelos fabricantes de cosméticos, as óticas passaram a adotar novos formatos de óculos, em especial, o estilo “gatinha”.



Muito obrigado por nos acompanhar até aqui!
Em caso de dúvida, envie um e-mail para:
vj.babinski@gmail.com ou valdecir.babinski@ifsc.edu.br
e talitaborges.designer@gmail.com ou talita@ifsc.edu.br

Resumo da década de
1950-1959

Unidade Curricular de História da Moda
Prof. Esp. Valdecir Babinski Júnior e
Prof. Msc. Talita Cardoso Borges