

Anos dourados, belos e femininos: a mulher e a moda na década de 50 no Brasil

Camila Carmona Dias¹,

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul.

Resumo

O presente artigo pretende historicizar e analisar a beleza e a moda feminina brasileira nos anos dourados. Como método de investigação utilizou-se a pesquisa bibliográfica. Com isso buscou-se relacionar o comportamento feminino à moda da época. Percebeu-se assim, que na década de 50 houve um retrocesso do comportamento feminino, ou seja, o mesmo voltou-se a ideia de rainha do lar, porém ao mesmo tempo em que existia esse pensamento tradicional, outras ideias entravam em voga, como a rebeldia e a tentativa de emancipação feminina. E a moda, como refletor da sociedade, mostrou em sua indumentária essa tensão existente entre o tradicional e o novo, em uma década permeada de modificações e com características crescentes de consumo.

Palavras-chave: anos 50, moda, mulher.

Abstract

This article seeks to historicize and analyze the Brazilian women's fashion and beauty in the golden years. The method of investigation used the literature. With that sought to relate the behavior of the female fashion of the time. It was felt therefore that in the 50s there was a regression of female behavior, ie, it turned the idea queen of the home, but at the same time there was this traditional thinking, other ideas came into vogue, as rebellion and attempted emancipation of women. And the fashion spotlight as the company showed in his dress this tension between the traditional and the new in a decade fraught with changes and increasing consumer characteristics.

Key-words: 50 years, fashion, woman.

¹ Professora do curso de Vestuário do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul. Bacharel em Moda. Especialista em Moda: produto e comunicação. Mestre em Educação. Contato: camila.dias@erechim.ifrs.edu.br ; milacardias@gmail.com

1. Introdução

A Segunda Guerra Mundial, iniciada na década de 30, terminou em 1945 aliviando a população mundial. Como consequência do retorno dos soldados, da reestruturação da economia, da confiança da sociedade no poder público ocorreu o aumento da natalidade, iniciando um aumento estável da população que durou por quase 20 anos, surgindo uma nova geração denominada *baby bommers*² (NEILSEN, 2007).

A década seguinte, os anos 50, apelidados de Anos Dourados, é considerada uma época de transição, pois foi posterior as guerras da primeira metade do século XX e precedeu o período das revoluções comportamentais e tecnológicas da segunda metade do século.

Foi nessa época que a televisão chegou ao Brasil, revolucionando os meios de comunicação. A imprensa falada ganhou corpo com o rádio, o mundo passou por uma efervescência cultural atingido o país com uma movimentação tanto no cinema, no teatro quanto na música, a Bossa Nova foi um grande exemplo desse movimento. Portanto, os anos 50 se caracterizavam por uma profunda modificação na sociedade brasileira (FAUSTO, 2006).

Um quesito especial estudado neste trabalho é a moda, que pode ser considerada um espelho que apresenta reflexos da sociedade em relação aos usos e costumes do cotidiano, permitindo a reflexão, criação, participação, interação e disseminação dos costumes (MOURA, 2008). Depois da Segunda Guerra Mundial, para fugir da monotonia ocasionada pela guerra, a moda retornou aos ideais românticos, trazendo a feminilidade, beleza, luxo e *glamour* à tona.

Além do estudo da moda, este trabalho também traz à tona a questão de gênero, ou seja, busca a compreensão da mulher da década de 50, chamada por várias revistas da época como *a rainha do lar*.

Assim, o papel investigativo que delimita este artigo, será a moda e a mulher brasileira da década de 50, época esta, historicamente impregnada de mudanças e inovações.

A relevância desta pesquisa está em auxiliar no entendimento da moda aliada a situação feminina nos anos 50. O trabalho será realizado a partir de pesquisa

² A geração *baby bommers* compreende pessoas que nasceram entre 1946 e 1964. Essa geração permaneceu como o maior grupo exclusivo de indivíduos, em todas as etapas das suas vidas, e dominou o panorama nacional o tempo todo (NEILSEN, 2007).

bibliográfica sobre a moda e seus percursos históricos; a moda e a beleza feminina, na década de 50, no Brasil e a mulher brasileira nos anos 50.

2. A moda e seus percursos históricos

Um dia alguém disse que a moda é apenas uma nota de rodapé da História da civilização. A moda é sim, a expressão do ser humano durante os períodos do decorrer da vida, demonstra ou esconde personalidades, ou seja, é a expressão da vida diária de cada um e de todos (NERO, 2007).

É a partir das relações mútuas entre a criação, a cultura e a tecnologia, assim como dos aspectos históricos, sociopolíticos e econômicos que a moda se desenvolve e se expressa, dizem que a moda é um dispositivo social, portanto o comportamento orientado pela moda é fenômeno do comportamento humano generalizado e está presente na sua interação com o mundo+ (MIRANDA; GARCIA; LEÃO, 2001, p.01). Assim, é um sistema que sofre influências históricas, políticas e econômicas e como tal, tem seu papel diferenciador perante os fatos que se desenvolvem em determinada época.

Além disso, a moda é um processo de transformação incessante, e de tendência cíclica, das preferências dos membros de uma dada sociedade. Essa noção não se limita apenas à indumentária, ainda que seja o mais recorrente exemplo trabalhado. Na história da humanidade, o corpo foi recoberto de maneiras simultaneamente singulares e tribais de acordo com o tempo e o espaço, significando, quase sempre, os sentimentos da época+ (FREITAS, 2005, p.126).

Voltando a moda a um ou dois séculos atrás, a história da moda se mostra regular e ordenada, ou seja, ela faz sentido. Porém em um período curto ela é anárquica, mudando velozmente a cada década ou menos.

James Laver (1989) nos preveniu que a moda é julgada indecente dez anos antes do seu tempo; cinco anos antes do seu tempo é julgada desavergonhada; um ano antes de seu tempo é julgada ousada. A moda é julgada elegante quando surge o seu tempo. Um ano depois, está fora de moda; em dez anos é vista como medonha; vinte anos depois, é ridícula; passados trinta anos, é uma piada; ela é apenas curiosa quando decorridos cinquenta anos; encantadora setenta anos depois. Porém, cem anos depois é denominada romântica; linda cento e cinquenta anos depois. E, deixando de ser arte aplicada, torna-se arte para museus, tornando-

se eterna.

Tudo começou na Pré-História. O Antigo Testamento da Bíblia Sagrada conta que o homem inicialmente cobriu-se com folhas vegetais e posteriormente de peles de animais. Logo após, na Idade Antiga, gregos e romanos se vestiam com ares clássicos com suas túnicas, quítions e togas. Na Idade Média os corpos são cobertos e recobertos por mantos, vestidos e capas. Com o advento da Idade Moderna, a visão, antes voltada ao religioso, volta-se ao homem, à razão, à ciência moderna e finalmente, com a Revolução Francesa, a Idade Contemporânea chega, com inúmeras modificações, ao uso de espartilho na Belle Époque; fim do espartilho nos anos 10; Primeira Guerra Mundial; emancipação feminina e androginia nos anos 20; crise de 1929; glamour do cinema nos anos 30; Segunda Guerra Mundial; feminilidade nos anos 50; cultura juvenil nos anos 60; movimentos como os hippies, os punks nos anos 70; culto ao corpo e uso de ombreiras nos anos 80; supermercado de estilos nos anos 90; e finalmente a globalização tecnológica e a customização no século XXI. (BRAGA, 2007).

Ao decorrer da história, houve grande alternância de alturas das saias. Hoje curtas e amanhã longas; vestidos largos, vestidos amplos, cintura marcada ou não; exibição ou não do colo; roupas bifurcadas ou não; penteados estrondosos ou simplificados, erotismo e puritanismo; cinturas com circunferência de até quarenta centímetros; roupas transparentes, roupas amplas escondendo todo o corpo.

E no Brasil não foi diferente, a silhueta da mulher brasileira, perdida na Belle Époque, extravagante nos anos 1920, sóbria nos anos 30 e improvisada nos anos 1940, toma novos rumos nos 1950, revelando generosa curvas (CHATAIGNIER, 2010). Assim é a moda, que pode ser tudo menos tediosa.

A moda nasce quando deixa de ser funcional e passa a ser a representação de status, visando a uma estética e a uma comunicação não verbal, transmitindo informações aos receptores. No caso da moda a aceitação cultural e social de novas ondas de formas e cores das roupas vem de um eu coletivo até então inconsciente. A escolha do vestuário propicia um excelente campo para estudar como as pessoas interpretam determinada forma de cultura para seu próprio uso.

Diante da infinidade de informações a respeito de moda ao longo dos séculos pretende-se realizar nesta pesquisa um recorte na história, estudando a moda dos anos 50 como um período referenciado pela transição de conceitos e pela exacerbação do luxo, da feminilidade e da beleza, em que as mulheres desejavam

substituir o corte rígido das roupas da guerra por curvas femininas.

3. Moda e beleza feminina na década de 50 no Brasil

Na década de 40, devido a Segunda Guerra Mundial, a moda assume função utilitária, tratando-se de uma roupa uniformizada. A palavra de ordem era recessão, dessa maneira a consequência ocasionada à moda foi a monotonia (BRAGA, 2007).

Em 1947 as mulheres substituem a rigidez do corte masculino por cinturas apertadas, saias amplas, blusas estruturadas, sapatos altos e chapéus grandes. De acordo com Laver (1989) começa o *New Look* de Dior, mesmo considerado frívolo para o momento em que se passava, as mulheres apertavam-se em cintas para entrarem no novo *look* da moda.

Cada década do século XX foi permeada de mudanças significativas para a moda, a década de 50, não fugiu desta regra. A década de 50 trouxe sofisticação e a beleza foi primada pelas mulheres, pois a escassez de cosméticos havia terminado. As mulheres exigiram novamente os privilégios concedidos a elas nas velhas fantasias românticas, e na época não estavam desejosas de saber os custos (HOLLANDER, 1996, p.206).

Surge um novo ideal feminino do pós-guerra, com a cintura bem fina, busto realçado, pernas de fora, ombros expostos em modelos tomara-que-caia (MOUTINHO e VALENÇA, 2000).

Os anos 50, foram marcados pela forte expressão do *New Look* de Dior, que possuía silhueta extremamente feminina e jovial, essa mesma silhueta atravessou toda a década e se manteve como base para a maioria das criações desse período.

Rodrigues (2001) argumenta que no Brasil esse estilo teve algumas adaptações por dois motivos óbvios: o clima tropical e a utilização de bondes pelas mulheres. As adaptações eram feitas com fustões da tecelagem Nova América, com bordados ingleses e com os cetins de algodão da Bangu, que tornavam a peça mais leve, e facilitava o uso. A cultura era de fato centrada no tecido. As lojas finas (como a Casa Canadá) tinham seus modistas, que lá mesmo desenhavam peças para as clientes. A atividade das costureiras também era muito forte. (PALOMINO, 2003, p. 75).

Além do *New Look*, a influência Hollywoodiana se disseminou pelo mundo e conseqüentemente pelo Brasil, assim sendo, as saias rodadas de cintura marcada

lotaram os salões e as ruas. Vestidos de festa com ombros à mostra, dotados de barbatanas para sustentar o busto, faziam sucesso, não sendo incomum . apesar do nosso clima quente - o uso de estolas de pele e tecido para agasalhar. (BRAGA; PRADO, 2011).

No Brasil, segundo Chataignier (2010, p.133), existiam duas linhas anatômicas em destaque: as vedetes dos teatros de revista e similares e as elegantes que posavam com grifes e atitudes *blasé*.+ As primeiras utilizavam vestidos colantes com fendas nas pernas, decotes arrebatadores, vestidos provocantes e faziam uso de um grande acervo de produtos embelezadores como cílios e unhas postiças, batons vermelhos, sapatos altos com plataformas. Já as elegantes utilizavam *tailleurs*, vestidos *chemisiers*, saias lápis ou godê, blusas brancas, jabôs, rendas e nervuras, chapéus, bolsas, joias de ouro com pedras preciosas, luvas entre outros adornos.

Foi na década de 50, conforme Moutinho e Valença (2000), que a revolução jovem começou e no Brasil não foi diferente, os jovens brasileiros aderiram aos novos valores ditados pelos Estados Unidos, através do *rock and roll* e da vestimenta despojada.

No ideário de beleza, o cinema teve grande participação. Dois estilos de beleza feminina marcaram os anos 50: o das ingênuas chiques, encarnado por Grace Kelly e Audrey Hepburn, caracterizado pela naturalidade e jovialidade e o estilo sensual e fatal, do qual as atrizes Rita Hayworth, Ava Gardner e as pin-ups estadunidenses, loiras e com seios fartos, são ótimos exemplos. Entretanto, os dois grandes símbolos de beleza da década de 50 foram Marilyn Monroe e Brigitte Bardot, que eram uma mistura dos dois estilos - a devastadora combinação de ingenuidade e sensualidade (CARDOSO, 2010).

Pela influência de atrizes sensuais como Marilyn Monroe e Brigitte Bardot as jovens usavam justos suéters, saias armadas, cintura marcada, lenços no pescoço, calças bem justas, na altura dos joelhos e sapatos de salto agulha e bico bem fino. As mais velhas usavam *tailleurs* e vestidos mais justos, sempre dando ênfase para cintura fina e busto empinado (VITA, 2008).

Nos anos dourados a beleza tornou-se tema central. As sobrancelhas eram arqueadas e escuras, a maquiagem valorizava o olhar, o que levou a vários lançamentos de produtos para os olhos: sombras, rímel, lápis e delineador, além disso a intensidade dos lábios e a palidez da pele eram realçados, seguindo assim o

padrão de beleza da época.

De acordo com Chataignier (2010) existiam duas fortes tendências de penteados. A primeira era refletida em cabelos curtos, com franjas e ligeiramente ondulados, a ordem era ficar parecida com as divas do cinema: cabelos ondulados e milimetricamente armados, pele rosada e ar sofisticado. Já a segunda tendência era voltada aos longos, presos em rabos de cavalo ou soltos e rebeldes. A dominação era do tom louro, o coque também era utilizado, considerado chique podia ser usado por jovens e senhoras.

4. A mulher brasileira nos anos 50

No Brasil, na década de 50, o processo de urbanização e industrialização estava em auge, houve a ascensão da classe média, além disso, aumentaram-se as possibilidades educacionais e profissionais, bem como o acesso à informação e ao lazer. Era um tempo de prosperidade e grande consumo. O comportamento voltou-se a vontade de aproveitar da melhor forma possível tudo o que a vida oferecia, na tentativa de deixar para trás as atrocidades de período tão violento da guerra. Conforme Pegoraro (2011) paralelo ao desejo intenso de viver, fortalece-se o processo de individualização, que encontra nos meios de comunicação um potencial disseminador de novos conceitos, práticas e experiências. Dessa maneira, os anos 50, foram palco do princípio da revolução jovem, teve início a Era do consumo e a Era do individualismo (DIAS, 2010).

Em setembro de 1950 a televisão chega ao Brasil e, segundo Sevckenko (1998, p. 617), completou o processo iniciado pelo cinema ~~no~~ invadindo e comandando a vida das pessoas+. O cinema nacional também se desenvolveu e a música romântica brasileira animava os bailes de sábado à noite (MOUTINHO e VALENÇA, 2000). Nessa mesma época, surge o ilustrador Alceu Pena, que criava figurinos para shows, fantasias de carnaval e roupas para desfiles de *miss* (PALOMINO, 2003). A seção chamada ~~As~~ garotas do Alceu+ que era publicada na revista O Cruzeiro inspirou mocinhas dos anos 50 e 60 (MOUTINHO e VALENÇA, 2000).

Diante desse panorama, as diferenças entre homens e mulheres diminuíram, práticas sociais do namoro à intimidade também sofreram substanciais modificações. Os papéis e os lugares sociais femininos se ampliavam. Novas formas de ser mulher despontavam, convivendo ambigualmente com as tradicionais.

Existiam as moças recatadas, que se destinavam ao lar e à família, e as moças despojadas, interessadas em investir em si mesmas, mas ainda com objetivos práticos geralmente voltados aos outros: o companheiro, os filhos, os pais. Algumas permanecem no cenário tradicional que a destinam à dependência do outro, à renúncia pessoal em favor dos seus mais próximos. Outras abrem caminho para o reconhecimento da sua autonomia como ser humano e como mulher+ (PEGORARO, 2011, p.02).

As revistas da época classificavam as jovens em moças de família e moças levianas. A moça de família seguia a risca os princípios morais aceitos pela sociedade, ou seja, ela se portava corretamente, respeitava os pais, preparava-se para o casamento, mantinha sua ingenuidade e inocência sexual, ou seja mantinha-se virgem até o matrimônio, assim sendo essa moça era educada para ter um casamento-modelo e tornar-se uma rainha do lar. Já as moças levianas eram jovens que se permitiam ter intimidades físicas com homens, esse tipo de moça tinha sua reputação manchada. As revistas faziam uma mediação dessa ideologia transmitindo à suas leitoras que a moça leviana não conseguiria se casar, e apenas a moça de família conseguiria um bom casamento, ou seja, apenas essa moça teria uma vida plena e feliz, assistindo os seus filhos e marido.

O pensamento vigente voltado ao casamento era tão forte na época, que uma mulher de 20 anos sem perspectivas de casamento corria o risco de ser chamada de enalhada. Aos 25 anos já era considerada uma solteirona. De acordo com Bassanezi (2008, p.619) no estado de São Paulo dos anos 50, as mulheres casavam-se, em média, aos 23 anos de idade aproximadamente, sendo que no interior era costume casar-se mais cedo que na capital.+

Indo na contra-mão da ideologia propagada por várias revistas de família, que registravam o ponto de vista da moral mais tradicional da época, existia o cinema americano, que propagava o *American way of life* e era munido de crença no futuro e modernidade. Os filmes norte-americanos seduziam os brasileiros, especialmente os jovens. Muitas garotas, de acordo com Bassanezi (2008), aprenderam a beijar, manifestar afeto e comportar-se mais informalmente assistindo a esses filmes. Os conservadores da época criticavam ferozmente tais filmes, consideravam-nos levianos e os culpavam por trazerem más influências para a juventude brasileira, pois mostravam como normais hábitos reprovados pela sociedade tradicional, tais como moças ousadas e cheias de iniciativa que não respeitavam os mais velhos e

que achavam normal ficar horas com um rapaz em seu carro ou apartamento.

4.1 A mulher e o casamento

As mulheres durante a Segunda Guerra Mundial apoiavam seus maridos participando ativamente da defesa de seu país, porém, durante os anos dourados, houve um retrocesso do comportamento feminino. Dessa maneira a mulher deveria sempre estar bem vestida, bem arrumada, bem cuidada, casar-se cedo, ter filhos, ser uma boa mãe e dona de casa, além sempre cuidar com muito amor e carinho do marido. Enfim, percebe-se um retorno ao que antes era concebido como papel fundamental da mulher. É claro que isso não surge como uma medida imposta. O que se vivia era o conforto do fim da Guerra+(CARDOSO, 2010, p.01).

Conforme Bassanezi (2008) a mulher dos anos dourados deveria ter os filhos e o marido como centro de suas preocupações, e de acordo com a autora existiam alguns ingredientes para a felicidade conjugal. Primeiramente a mulher deveria exercer um bom desempenho nas prendas domésticas, o saber cozinhar bem era considerado uma forma de garantir a manutenção do casamento. Junto com as habilidades com a casa estava a boa reputação de esposa, assim a mulher ideal deveria se comportar conforme os ditames da moral e dos bons costumes, a mulher casada deveria se vestir com sobriedade, não provocando ciúmes no marido, ou seja, não deveria ser muito vaidosa ou chamar a atenção.

Outra importante forma de manter o casamento estava relacionada com a aparência da mulher. Era imprescindível que a boa esposa se arrumasse para o marido, assim o embelezar-se para o esposo era uma obrigação.

Além de todos esses atributos, a boa esposa deveria ser econômica, administrar o orçamento doméstico com zelo e cautela e, sobretudo nunca discutir com o marido. Dessa maneira, a esposa ideal dedicava-se ao bem-estar do marido, sempre o agradando e evitando discordar de suas opiniões.

A boa companheira seria capaz de adivinhar os pensamentos do marido; amar sem medir sacrifícios visando única e exclusivamente a felicidade do amado; receber o marido com atenção todo o dia quando ele chegasse em casa; manter o bom humor e a integridade da família; interessar-se por vários assuntos para poder conversar com o marido e ser uma boa anfitriã . e não envergonhá-lo na frente dos amigos -, saber falar e calar nas horas certas, quando o marido está cansado ou aborrecido, por exemplo (BASSANEZI, 2008, p.628).

Dessa maneira, a mulher nos anos dourados era submissa ao seu marido, não podia reclamar ou se queixar, tinha como objetivo a felicidade do esposo, assim o marido era o chefe, detentor de poder sobre a esposa e os filhos. Pertencia ao homem o poder da direção da família e toda e qualquer forma de protesto feminino era desestimulado, principalmente pelas revistas da época como O Cruzeiro, Jornal das Moças, Revista Querida entre outras.

4.2 A mulher e o mercado de trabalho

Na década de 50 cresceu a participação feminina no mercado de trabalho. Surgiram oportunidades no setor de consumo coletivo como por exemplo em escritórios, no comércio ou em serviços públicos. Conseqüentemente outras oportunidades foram surgindo como enfermeira, professora, médica, assistente social, vendedora entre tantas outras. Tais profissões exigiam da mulher uma melhor qualificação, e além disso as tornavam profissionais remuneradas. Essa tendência demandou uma maior escolaridade feminina, provocando, assim, mudanças no *status* social das mulheres.

Porém, existia grande preconceito que contornava o trabalho feminino na época. De acordo com Bassanezi (2008) a mulher era vista prioritariamente como a rainha do lar, a dona de casa e mãe que possuía um único objetivo: cuidar da casa, de seus filhos e de seu marido. Dessa maneira existia uma ideia de incompatibilidade entre a vida de casada e a vida profissional. O principal argumento para tal noção de incompatibilidade encontrava-se na ideia de que a mulher trabalhando deixaria de lado seus afazeres de casa e diminuiria suas atenções e cuidados com o marido. Outra argumento contra o trabalho feminino encontrava-se na alegação que a mulher poderia perder sua feminilidade e os privilégios concedidos ao sexo feminino como respeito, proteção e sustento garantidos pelos homens, ou seja, ao entrar no mundo competitivo das ocupações, antes destinadas aos homens, as mulheres poderiam descuidar-se da aparência ou da reputação pessoal.

Era prática comum entre as mulheres que trabalhavam interromper suas atividades com o casamento ou a chegada do primeiro filho. Não era muito fácil encontrar esposas de classe média trabalhando fora de casa a não ser por necessidades econômicas . situação que, de certa forma, poderia chegar a envergonhar o marido. Em geral, esperava-se que essas mulheres

se dedicassem inteiramente ao lar, fossem sustentadas pelo marido e preservadas da rua (BASSANEZI, 2008, p.625).

Dessa maneira, existia na década de 50 um conflito entre a visão tradicional do papel social feminino com a nova realidade, que atraía a mulher ao mercado de trabalho e conseqüentemente a novas possibilidades, como por exemplo de obter uma maior independência e satisfazer necessidades crescentes de consumo pessoal e familiar.

Considerações finais

A década de 50, permeada de mudanças, de conflitos entre o tradicional e o moderno, considerada o palco da Era do individualismo e do consumo tornou-se um elo de transição, trazendo um novo ideário de vida.

Com o fim da guerra e do racionamento de tecidos, a mulher e a moda dos anos 50, tornaram-se mais glamourosas, devido a moda lançada por Dior, em 1947, que era extremamente feminina e jovial. Apesar de tudo indicar que a moda seguiria o caminho da simplicidade e praticidade, acompanhando todas as mudanças provocadas pela guerra, nunca uma tendência foi tão rapidamente aceita pelas mulheres como o "New Look", ou seja, a mulher do início da década ansiava pela volta da feminilidade, do luxo e da sofisticação e esse desejo era estimulado pela televisão que vendia a ideia do *glamour* pelo consumo. Porém, essa mesma moda foi alvo de críticas, especialmente pelas feministas, que consideravam o estilo um retrocesso na emancipação feminina (MACKENZIE,2010), por polir os movimentos da mulher e ser muito assimilado ao corpo na parte superior.

No Brasil, como em outros países, a década de 50, marcou um retrocesso do comportamento feminino. Gilles Lipovetsky (2000) evidencia três momentos na trajetória histórica feminina. O primeiro diz respeito a um longo período de dominação social do masculino sobre o feminino. O segundo momento tem início a partir da segunda metade da Idade Média, associado ao código de cortejo das damas. Já no início da Era Moderna, o enaltecimento continua, mas sob novos parâmetros. Os papéis de esposa, mãe e educadora adquirem caráter sagrados. Em ambos os casos, as mulheres são marcadas pela subordinação ao poder masculino. Os anos dourados não foram diferentes, pois a grande maioria das mulheres adotaram a postura de rainha do lar, subordinando-se exclusivamente ao

marido.

Devido a forte influência dos meios de comunicação, a beleza e a moda brasileira, na década de 50, foram exemplos claros do poder da subordinação feminina ao poder masculino, o discurso da época preocupou-se em convencer as mulheres que os produtos de beleza e moda eram destinados a aperfeiçoar a aparência e aumentar a feminilidade. Diante dessa ideia, a beleza era considerada a causadora dos principais fatos destinados às mulheres como o casamento, a segurança familiar, a admiração, ou seja, a beleza era considerada um dos ingredientes para a felicidade conjugal. O ser bonita não era mais uma dádiva divina, mas sim um investimento individual, rumo a uma sociedade cada vez mais narcisista e consumista (PEGORARO, 2011). Dessa maneira o consumismo estava intimamente atrelado a beleza e a moda, e conseqüentemente a junção dos três itens eram transmitidos, às mulheres pela cultura da época, como meios de encontrar o casamento ideal, casamento esse voltado a subordinação do masculino sobre o feminino.

Porém, existia no período as mulheres que lutavam para soltar as amarras do tradicionalismo, da opressão com objetivo por reconhecimento, por emancipação, por autonomia enfim, para simplesmente ser mulher. Assim, no período aconteciam tensões entre o pensamento tradicional e o moderno, as mulheres voltadas à subordinação masculina e as mulheres que se voltavam a tentativa de liberdade e a rebeldia da juventude.

Enfim, a sociedade dos anos dourados ansiava pelo conforto que a guerra havia tirado, porém, esse relativo conforto teria em paralelo a construção das contestações da juventude, assim o período foi permeado pela transição do tradicionalismo a uma juventude rebelde, que teve seu auge nos anos 60.

Referências

BASSANEZI, Carla. Mulheres dos anos dourados. In: PRIORE, Mary Del (org.). **História das mulheres no Brasil**. p. 607 . 639. São Paulo: Contexto, 2008.

BRAGA, João. **História da moda**. 6. ed. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2007.

BRAGA, João; PRADO, Luís André do. **História da moda no Brasil: das influências às autorreferências**. São Paulo: Pyxis editorial, 2011.

CARDOSO, Maurício. A Juventude dos anos dourados: o tradicionalismo pós-guerra e a ruptura rebelde como prenúncio de revolução e vontade de liberdade. In:

LEMAD- Laboratório de Ensino e Material Didático. 2010. Disponível em: <<http://lemad.fflch.usp.br/node/283>>. Acesso em: fev. 2012.

CHATAIGNIER, Gilda. **História da Moda no Brasil.** São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2010.

DIAS, Camila Carmona. As influências das tendências de moda. In: **Modapalavra E-periódico.** Ano 3, n.6, jul-dez 2010, pp. 103. 135. Disponível em: <http://www.ceart.udesc.br/modapalavra/edicao6/ensaios.php>. Acesso em: dez. 2011.

FAUSTO, Boris. **História do Brasil.** São Paulo: Universidade de São Paulo, 2006.

FREITAS, Ricardo Ferreira. Comunicação, consumo e moda: entre os roteiros das aparências. In: **Comunicação, mídia e consumo.** São Paulo, vol. 3, n. 4. p. 125-136, 2005. Disponível em: <http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/comunicacaomidiaeconsumo/search/titles?searchPage=2> . Acesso em: fev. 2012.

HOLLANDER, Anne. **O sexo e as roupas: a evolução do traje moderno.** Rio de Janeiro: Rocco, 1996.

LAVIER, James. **A roupa e a moda: uma história concisa.** São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

LIPOVETSKY, Gilles. **A terceira mulher: permanência e revolução do feminino.** São Paulo, Companhia das Letras, 2000.

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

MIRANDA, Ana Paula Celso de; GARCIA, Carol; LEÃO, André. Moda e envolvimento: cada cabide, uma sentença. In: ANPAD 2001. Disponível em: <http://www.anpad.org.br/enanpad/2001/dwn/enanpad2001-mkt-145.pdf>. Acesso em: jan. 2012.

MOURA, Mônica. A moda entre a arte e o design. In: PIRES, Dorotéia Baduy (org.). **Design de moda: olhares diversos.** p. 37- 72. São Paulo: Estação das Letras e Cores Editora, 2008.

MOUTINHO, Maria Rita; VALENÇA, Máslova Teixeira. **A moda do século XX.** Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2000.

NEILSEN, David. Como funcionam os baby boomers. In: **HowStuffWorks.** 01/06/2007. Disponível em: <http://pessoas.hsw.uol.com.br/baby-boomers.htm>. Acesso em: maio 2009.

NERO, Cyro del. **Com ou sem a folha da parreira: a curiosa história da moda.** São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2007.

PALOMINO, Érika. **A moda.** São Paulo: Publifolha, 2003.

PEGORARO, Éverly. Elas, silenciosas ou ousadas: a publicidade e as diferentes percepções acerca da mulher (1940-1950). In: **História, imagem e narrativas**.2011. Disponível em: <http://www.historiaimagem.com.br/edicao12abril2011/edicao12.php>. Acesso em: jan.2012.

RODRIGUES, Iesa. O clima irresistível da moda carioca. In: CUNHA, Castilho Kathia; GARCIA, Carol (orgs.). **Moda Brasil: fragmentos de um vestir tropical**. (p.77-83). São Paulo: Anhembi Morumbi, 2001.

SEVCENKO, Nicolau. A capital irradiante: técnica, ritmos e ritos do Rio. In: NOVAIS, Fernando A. (Coord.); SEVCENKO, Nicolau (org. vol.). **História da vida privada no Brasil**. p.513-619. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

VITA, Ana Carlota R. **História da maquiagem, da cosmética e do penteado: em busca da perfeição**. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2008.