



MEDITERRÂNEO
Agora, como nos
tempos do Talentoso
Ripley

DANIELLE BLASKIEVICZ

Uma fase de grandes esperanças e de receios fantásticos, de cansaço da guerra e encantamento diante das possibilidades da tecnologia e do consumo. Os anos cinquenta tiveram tanto destaque na moda e na indústria que muitos de seus conceitos e inovações foram incorporados ao cotidiano como “elementos atemporais”. Nesta reportagem, abordamos o impacto dos “Anos Dourados” na moda e no design que as pessoas consomem hoje. Confira... e descubra porque aquela inveja secreta da geladeira da sua avó não é gratuita!

MODA

Bonequinha de Luxo

Quem ousa dizer que uma mulher com um vestido acinturado e com um salto agulha não está na moda? A menos que a combinação seja muito exagerada, o modelito será considerado um visual “elegante” por qualquer pessoa que tenha sensibilidade e bom gosto. Pois foi nos anos cinquenta que esse look veio à tona. O mote: atenção total às peças femininas e bem recortadas. “É o auge da alta costura e a decadência do prêt-à-porter”, analisa Daniela Nogueira, professora do curso de Moda do Senai. É a ascensão do estilo “naïf chique” de Audrey Hepburn e Grace Kelly, em paralelo com os símbolos “carnais” de beleza e sensualidade encarnados por Marilyn Monroe e Brigitte Bardot.

O salto agulha, criado em 1954, tornou-se um dos grandes aliados das mulheres. O sapato que levanta o bumbum e dá a sensação de poder foi criação do francês Roger Vivier, estilista que trabalhou com Christian Dior. No mesmo ano, Coco Chanel reabria sua maison em Paris — o escritório permaneceu fechado durante a guerra — e criava peças inesquecíveis, como o tailleur com guarnições trançadas e a bolsa de matelassê a tiracolo que faz sucesso até hoje.

Com a badalação em torno da alta costura — reforçada por nomes como Cristobal Balenciaga e Hubert de Givenchy —, surgem as primeiras top models e dos grandes editoriais de moda de revistas como Vogue e Elle. No Brasil, a revista O Cruzeiro era responsável por tornar acessível ao grande público as no-

vidades ditadas pelas passarelas européias.

Enquanto os franceses brandiam agulhas e tesouras, nos Estados Unidos a indústria têxtil lançava novidades incríveis. Com o surgimento de tecidos sintéticos como o náilon e de equipamentos mais modernos e rápidos para a fabricação de peças em grande quantidade nascia o conceito de sportwear, uma moda inicialmente colegial, que tinha como ícone a saia rodada aliada ao suéter. “Foi aí que aconteceu a popularização das calças para mulheres. Na época, porém, predominavam as calças capri, que eram usadas apenas pelas meninas”, explica Fernanda Marochi, professora dos cursos de Moda da Universidade Tuiuti do Paraná (UTP) e do Senai.

A indústria cosmética passou por um grande crescimento, tanto na maquiagem — principalmente os itens que valorizavam o olhar, como delineadores, sombras e máscaras para cílios (conhecidos como rímel na época) — quanto na linha para cabelos. Boa parte das mulheres queria, como continua querendo, colorir as madeixas. Alguns itens se tornaram sinônimo de elegância, como o perfume Chanel N.º 5, o preferido de Marilyn Monroe, e o batom Coronation Pink, lançado por Helena Rubinstein para a coroação da rainha da Inglaterra. E também nessa época surgiam na Europa os primeiros cosméticos feitos à base de plantas — verdadeira mania em nossos tempos ecologicamente engajados.

Quando o futuro chegou

DESIGN

Colorido, energético e funcional



DIGNO DO FUTURO O bar em madeira com linhas ultra-retas www.desmobilia.com.br

é claro, vale para o nosso dia-a-dia.

Por conta do plástico, os aparelhos de rádio, populares desde os anos vinte, ganhavam novos formatos. Só não viraram “símbolo da casa contemporânea” por conta da popularização dos televisores — os aparelhos da linha Philco Predicta, com tubo de raios catódicos separado da caixa de válvulas e seletores, surgiam nas salas de estar como “totens futuristas” de aspecto assombroso. “Nessa época surgiram móveis muito divertidos, com formas bem humoradas”, destaca o designer João Livoti, proprietário da Desmobília, loja

especializada na recuperação, customização e comercialização de móveis das décadas de cinquenta, sessenta e setenta. Tais peças hoje são procuradas por pessoas que querem dar um toque descontraído, irreverente, à decoração moderna — a “cereja do bolo”, como define Livoti. Para ele, são sinônimo de paixão. “Eu adoro as coisas dessa época”, comenta.

Um aspecto que colabora para que o design original dos anos cinquenta esteja cada vez mais presente no mercado atual é o fato de que muito projetos da época caíram em domínio público. A arquiteta e proprietária da indústria de móveis Artesian, Dayane Hadas, explica que o domínio público permitiu a reprodução de peças com design assinado e tornou os preços mais acessíveis. “Além da cultura em torno do design estar mais presente hoje, ela representa o ideal de muitos designers da época que sonhavam com uma produção em série e menos elitizada, como ocorria então”, lembra.

Fórmicas coloridas, móveis com pés palito, peças em madeiras nobres misturavam-se a plásticos e metais. “O design no Brasil seguiu a filosofia que predominava no campo político, com Juscelino Kubistchek, de avançar cinquenta anos em cinco”, comenta a professora Rosane Kaminski, do Centro Universitário Positivo (UnicenP). Os eletrodomésticos ganharam formas aerodinâmicas, arredondadas. A indústria automobilística seguiu a mesma tendência, investindo nas formas futuristas, que denotam movimento, fluidez. É o caso do Chevrolet Bel Air, um dos carros mais lembrados da Chevrolet, e mesmo o próprio Fusca, que começou a ser fabricado no Brasil em 1959 e que, em tempos recentes, voltou ao mercado repaginado, mas com a mesma forma de besouro.



OUSADIA Luminária harmoniza elementos retos e curvos desmobilia.com.br



CONFORTO Cadeira Coconut (1955), criação de George Nelson artesian.com.br

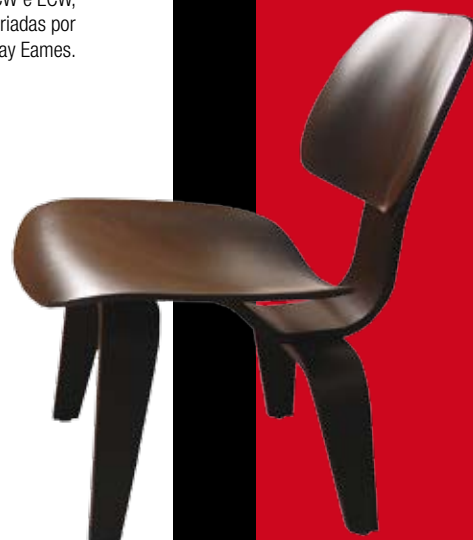
A decoração e o design de objetos que se seguiram incorporaram muito desse design, especialmente a funcionalidade, a ousadia nas cores e mesmo os “arroubos criativos” calcados nas idéias acerca do futuro. ●

Agora, como nos anos 50...

- Funcionalidade
- Madeira-metal-vidro em móveis
- Plástico e materiais sintéticos
- Liberdade no uso de cores
- Design de linhas retas e arredondadas



MADEIRA DCW e LCW, cadeiras criadas por Charles e Ray Eames.



A Contabyte é uma empresa paranaense especializada na área de soluções contábeis. Há vinte anos no mercado, presta serviços de qualidade em assessoria, consultoria e serviços nas áreas contábil, fiscal, pessoal, comercial, bem como de suporte, legislação e administração.

Nossas áreas de atuação:

- Micro e pequena empresa
- Empresa de médio porte
- Comércio, indústria e prestadores de serviços
- Fundações, associações e condomínios
- Profissionais autônomos e terceirizados

Contabyte

Uma assessoria estratégica para a sua empresa
Av. Vicente Machado, 160, 1º andar, cj.11 – Centro
Curitiba - Telefone/Fax: (41) 3019-7778
www.contabyte.com.br

