

VI Jornadas de Historia - II Hacia el Bicentenario Convocatoria Internacional

La década del sesenta y la celebración del Sesquicentenario en Hispano América

8 y 9 de abril del 2010 - Museo Roca, Vicente López 2200 - Buenos Aires

Moda y construcción de la belleza femenina en la publicidad.

El caso “Sucesos Argentinos” (1950 - 1960)

María Julia Debernardi

Fac. Cs. Sociales, UBA – Bs. As.

La moda como práctica social es una temática relegada en la sociología. Lipovetsky argumenta que la misma “está en todas partes, en la calle, en la industria, en los medios, pero no ocupa ningún lugar en la interrogación teórica de las mentes pensantes” (1987:9). Desde aquí, me propongo estudiar la representación visual de la moda y de la belleza femenina presentes en las publicidades del noticiario cinematográfico Sucesos Argentinos durante el período 1950-1960.

Entiendo que la década del 60 está signada por cambios políticos, económicos y sociales de envergadura que pueden explicar las continuidades y rupturas en las tendencias textiles así como en su modo de presentación, que aquí se buscan atender. Entre los procesos que se relacionan con el texto cultural estudiado, serán tenidos en cuenta especialmente el cambio de producción y comercialización en la industria textil que determinan el comienzo del consumo masivo; “la revolución cultural” (Hobsbawm, 1994); así como el feminismo de la igualdad. Mi hipótesis es que siendo que los reclamos feministas lograron poco arraigo en nuestro país, los cambios femeninos que reflejan las publicidades de la década del 60 son solo aparentemente radicales.