

A moda das *pin ups* contemporâneas no estilo retrô

Andressa da Rocha¹
Valdirene Gruber²
Juliana Floriano³

Resumo: Estuda a moda no contexto histórico e sociológico das pin ups a partir do século XX, nos períodos entre Guerras e após a 2ª Guerra Mundial, até o século XXI. O feminismo, no qual as pin ups fizeram parte na história da sociedade, na emancipação da sexualidade e independência da mulher. As pin ups ilustradas por Alceu, vedetes de teatro, na moda e no cotidiano, com características do estilo retrô na maquiagem, cabelo, vestuário, gestos e comportamentos. Retrô é um estilo de moda inspirado em décadas passadas que, através de releituras, mescla o antigo com o novo (TREPTOW, 2007). A moda “[...] sempre apresentou uma inclinação para a nostalgia, e o ressurgimento de velhos estilos tem sido uma constante em sua história” (MARTIGNETTE, 2010 p.137). A pin up “normalmente vestida com roupa que revela as formas, quer de utilização em público, como fato-de-banho, vestido de praia ou vestido muito curto, quer mais provocante como a lingerie” (MARTIGNETTE e MEISEL, 2011, p.47). Ligada à sociedade e à cultura, a moda é um fenômeno do comportamento coletivo e individual. Na sociedade moderna e individualista, a moda como um fenômeno social, articula as relações entre os indivíduos por meio da aparência e instaura o novo (SANT’ANNA, 2009). A metodologia aplica o embasamento teórico; pesquisas de campo e questionário on line; registro fotográfico; pesquisa de megatendências, resultando na análise da relação moda retro e moda contemporânea, em forma textual e de imagens de pin ups.

Palavras-chave: Moda, Retrô, *Pin Ups*.

Contexto histórico *Pin up*

O termo “*pin up*” se consolida em 1941 na Inglaterra e na Segunda Guerra Mundial pelos soldados norte-americanos. *Pin up* é o ato de “pendurar, afixar com alfinete” as fotos e ilustrações de mulheres em poses sensuais (SILVA *et al.*, 2013, *web*; MEDEIROS, 2010).

Nas últimas décadas do século XIX, Baudot (2005), afirma que a sociedade estava no período de transição, em breve era chegada a *Belle Époque* – período conhecido pela ostentação exibida nos estilos de vida da sociedade da época, principalmente através do vestuário entre 1900 a 1913 (MENDES e HAYE, 2003).

Nesse mesmo período, em 1887 um jovem artista chamado Charles Dana Gibson, publicou a primeira Gibson Girl (figura 01) na revista americana *Life*. A ilustração da *Gibson*

¹ Graduada em Design –Habilitação em Moda –Universidade da Região de Joinville -SC- Trabalho de Conclusão de Curso – andressa.rcha@gmail.com

² Mestranda em Design- Professora Orientadora do Trabalho de Conclusão de Curso - Design – Habilitação em Moda - Universidade da Região de Joinville-SC. valdirene.gruber@univille.br

³ Mestra em Design- Professora de Classe do Trabalho de Conclusão de Curso - Design – Habilitação em Moda - Universidade da Região de Joinville-SC. juliana.floriano@univille.br

Girl foi e continua sendo a primeira *pin up* americana, e a “Nova Mulher”, inspirada nas jovens confiantes da época. Em pouco tempo a popularidade da Garota Gibson se expandiu, o seu semblante estava presente em diversos tipos de objetos da vida cotidiana na América e na Europa (MARTIGNETTE e MEISEL, 2011; MENDES e HAYE, 2003; SCHUSSEL e VARANI, 2010).

Os espetáculos de dança burlesca, o teatro de revista e alguns cartazes com mulheres naturais e sedutoras produzidos por artistas inspirados pela *Art Nouveau* - movimento de arte entre 1890 a 1918, característico pelas decorações elaboradas, formas curvilíneas ou sinuosas, popularizado também por meio de *posters* (figura 01), contribuíram com a ascensão da imagem da *pin up* (HURLBURT, 2002). O comportamento libertário feminino não era visto de modo positivo pela sociedade da época. A mistura da inocência com a sensualidade das garotas mais tarde originou o termo *Cheesecake Girls* (MARAN, 2012; SILVA et al., 2013, *web*).

Figura 01: *Gibson Girl* (1,2); cartaz estilo *Art Nouveau* (3)



Fonte: Desenvolvido pela autora – Referências de imagens (2013, *web*)

Nas primeiras décadas do século XX, a sociedade passou por diversas transições e modificações devido à Primeira Guerra Mundial entre 1914 a 1918. Os homens foram para os campos de batalha e as mulheres começaram a se emancipar através da ocupação de cargos masculinos no mercado de trabalho. Simultaneamente foram introduzidas roupas voltadas ao trabalho no segmento feminino, entre elas o macacão e a jardineira eram as mais comuns devido ao conforto. Os tons das roupas eram mais sóbrios e a monocromia estava de acordo com o cenário de luto da guerra (BAUDOT, 2005; BRAGA 2011; MENDES e HAYE, 2003).

Após a Primeira Guerra, os soldados levaram para suas casas, postais europeus com imagens de mulheres italianas e francesas em poses provocantes e sensuais; alguns continham imagens de mulheres com características glamorosas em vestidos de gala. O mercado de calendários começou a se expandir, e as empresas americanas de diversos segmentos apostaram nas imagens trazidas pelos soldados para a produção em grande escala (MARTIGNETTE e MEISEL, 2011). As mulheres continuaram conquistando independência e liberdade. A androginia estava presente nos cortes de cabelo e no vestuário feminino; na maquiagem usavam pó de arroz e o batom vermelho para marcar os lábios. No entretenimento os ritmos musicais *jazz* e o *chaleston* estavam em voga, logo que nos Estados Unidos surgia um dos maiores influenciadores de comportamento e moda: o cinema (BRAGA, 2011).

Prosseguindo para década de 30, o cinema estava conquistando o universo feminino; “Será ainda em Hollywood que aparecerá o protótipo da *pin up* de seios agressivos quando, em 1943, Howard Hughes desenha um sutiã de bojos pontudos para a atriz Jane Russell” (BAUDOT, 2005, p.104). As formas do corpo em contraposição à década anterior voltaram ao lugar, e com o auxílio do sutiã e da cinta-liga elas foram remodeladas. Os acessórios mais utilizados pelas mulheres estavam: cintos para modelarem a cintura; bolsas de mão e sandálias de salto (BAUDOT, 2005; LAVER, 1999; MENDES e HAYE, 2003).

No final da década de 30, a tensão predominava em todos os países, devido à situação da Europa, afinal, qualquer um poderia ser convocado para a Segunda Guerra Mundial. Em 1933 o Nazismo iniciado na Alemanha, em 1939 o país ocupou Polônia, e logo após, a Inglaterra e a França declararam guerra à Alemanha, perdurando até 1945. A sociedade optou pelo escapismo que se tornou uma das maiores atividades; o rádio o cinema, os livros e os calendários com as *pin ups* eram formas de distração. Durante a Guerra, uma das revistas *pin up* que se destacou foi a *Esquire* - número 1 em 1933 - consagrando diversos artistas como George Petty e Alberto Vargas, considerados grandes ilustradores de *pin ups* *Petty Girls* e *Varga Girls* (GILBERT, 2009; MARTIGNETTE e MEISEL, 2011).

A imagem das *pin ups* alegravam os dias difíceis nos campos de batalha. Os soldados levavam além das armas e equipamentos, fotografias das famílias e as *pin ups* em imagens nas cartas de jogar, calendários e blocos de notas, conforme descrevem Martignette e Meisel (2011). Em meio ao sucesso das *pin ups* no período da guerra, surgiram diversas revistas chamadas “*Girlie magazines*” (HARRISON, 2008 e MARAN, 2012). As *pin ups* também foram consideradas amuletos dos soldados, Rita Hayworth e Betty Grable, consideradas os

maiores fenômenos *pin up* da época, estavam entre as favoritas. Na base aérea a ponta do avião e as laterais foram decoradas com desenhos de *pin ups* provocantes e sedutoras como forma de encorajamento e descontração nos momentos difíceis e tristes (MEDEIROS, 2010; MARAN, 2012, MARTIGNETTE E MEISEL, 2011).

A moda na década de 40 foi abalada devido às situações econômicas e políticas do período da Guerra. Com o racionamento dos tecidos a silhueta ficou mais próxima ao corpo. Os penteados cacheados e compridos e as maquiagens eram enfatizados devido à escassez do vestuário. As mulheres usavam diariamente meia calça, porém com a proibição do uso da seda em 1941, foram introduzidos cosméticos para tingir as pernas e criar a ilusão de meias calças. Em 1947, Christian Dior, lançou a coleção apelidada “*New Look*”; esta foi uma postura polêmica e contrária ao racionamento de tecidos, pois as características marcantes da coleção eram as saias rodadas com muitas camadas de tecido (LAVER, 1999; MENDES e HAYE 2003; PALOMINO 2003).

Durante e Pós Guerra a publicidade investiu fortemente nas *pin ups*, como meio de divulgação e promoção de seus produtos e foram utilizadas pelas empresas: Coca-Cola; Kodak e General Motors. Simultaneamente emergiram os *paperbacks* – livros de bolso de capa mole – carregados pelos soldados (MARTIGNETTE e MEISEL, 2011). Gil Elvgren foi considerado o maior ilustrador *pin up* de todos os tempos. Ele foi o responsável pelas ilustrações de *pin ups* e outras temáticas da Coca-Cola, segundo Martignette e Meisel (2008). As ilustrações das jovens modelos transmitem sensações e sentimentos através das poses, gestos e cores, sendo para ele, a alma da pintura.

Nos anos 50, o corpo feminino ganhou mais ênfase, com formas musculosas, curvilíneas e tonificadas. Os quadris e os seios foram valorizados com o uso da *lingerie* e das cintas liga, os sutiãs eram pontudos e construídos com bojos cônicos. Na Europa Sophia Loren e Brigitte Bardot se destacaram, enquanto nos Estados Unidos Marilyn Monroe e Bettie Page eram consideradas ícones do *pin up* da época, fato que prevalece até os dias atuais. Bettie e Marilyn, mulheres independentes, ambas carismáticas e naturais, expressavam sensualidade e provocação e estavam à frente da sociedade conservadora da época (MENDES e HAYE, 2003; PALOMINO, 2003; ANAZ, 2008, *web*).

A fotografia *pin up* na década de 60 ganhou destaque, principalmente nos calendários e revistas; simultaneamente a ilustração e a pintura declinaram dentro das produções artísticas nessas indústrias. O calendário da fábrica de pneus Pirelli foi o primeiro a ser produzido com

fotografias *pin up*. A Pop Arte era o movimento em voga; Roy Lichtenstein, Mel Ramos e Andy Warhol utilizaram a temática das *pin ups* em algumas de suas obras. Nas décadas de 60 e 70, as *pin ups* nuas eram comuns devido à ascensão da liberação da pornografia. A indústria de filmes e revistas eróticas se expandiu, e a imagem *pin up* sensual sem vulgaridade permaneceu viva somente na memória das pessoas. Nos anos 80 alguns ilustradores resgataram as *pin ups*, porém com um visual mais contemporâneo, sensualizado e futurista (ANAZ, 2008, web; MARTIGNETTE e MEISEL, 2011).

As *pin ups* contribuíram significativamente na emancipação da sexualidade e independência da mulher; e, estão presentes em ilustrações no movimento feminista no século XX, especificadamente entre as décadas de 40 e 60.

O movimento feminista

Na sociedade da década de 60 surgiram diversos movimentos de libertação, os quais lutavam contra as desigualdades sociais, e entre estes estava o ressurgimento do movimento feminista. Contextualizando o movimento nos séculos XIX e XX, Ann Hutchinson foi uma das primeiras representantes americanas, foi condenada em 1937, pois defendia e afirmava que Deus criou o homem e a mulher iguais, e que não deveriam existir distinções sociais entre os mesmos. Um marco na história da emancipação feminina aconteceu em oito de março de 1857, na marcha de protesto das operárias de indústrias têxteis, as quais reivindicavam baixos salários e jornadas exaustivas de trabalho. Neste protesto muitas delas foram presas e feridas pela polícia. Após 51 anos deste acontecimento, na mesma data, as operárias protestaram nas ruas de Nova Iorque reivindicando os mesmos motivos que ainda se faziam presentes nas indústrias (ALVES e PINTANGUY, 1981).

No período da Segunda Guerra Mundial a mulher ocupou profissões e cargos masculinos, pois estes estavam às frentes dos campos de batalha. Nesse meio tempo o governo americano criou cartazes com imagens de mulheres batalhadoras como uma estratégia de incentivo para elas trabalharem a favor deles, criando uma ilusão de poder feminino em uma sociedade machista e dominada por homens. O cartaz “*We Can Do It*” criado em 1942 pelo ilustrador Norman Rockwell (figura 02), com a personagem “*Rosie, The Riveter*”, imagem da operária que posou de modelo Geraldine Doyle (MARAN, 2012).

Figura 02: Operárias e Rosie The Riveter



Fonte: Desenvolvido pela autora – Referências de imagens (2013, web)

Após o término da Segunda Guerra, os homens voltaram para os seus lares, e a mídia centralizou a imagem da mulher como a “rainha do lar”. O trabalho feminino era desvalorizado, fato que gerou a revolta de muitas mulheres. No final dos anos 60, essas mulheres insatisfeitas se organizaram e lutaram a favor de direitos que almejavam alcançar dentro da sociedade (ALVES e PITANGUY, 1981).

A moda também evoluiu com os acontecimentos históricos e sociológicos. Conforme os estudos e observações realizadas nas ilustrações dos livros *The Great American Pin Up*, *1000 Pin Ups Girls* e *Gil Elvgren: The Complete Pin Ups*, estas são vestimentas características da *pin up*, já que nas décadas de 70, 80 e 90, Nery (2007) destaca que os movimentos culturais e de moda eram o *hippie*, *punk*, *gótico* e *grunge*. As manifestações das ilustrações, do comportamento e o estilo de moda das *pin ups* além dos Estados Unidos e continente Europeu conquistaram também o Brasil, os artistas e as revistas brasileiras.

As *pin ups* brasileiras

Em 1920, o artista brasileiro J. Carlos criou uma personagem chamada “Melindrosa”, considerada uma das primeiras manifestações do *pin up* no Brasil devido ao seu apelo visual ousado (MARAN, 2012; BAHIA, 2011, web). O teatro de revista também pode ser considerado um dos pioneiros do *pin up* no país. Surgiu antes mesmo da Melindrosa no ano de 1859 no Rio de Janeiro. Foi um espetáculo teatral, o qual enfatizava o cotidiano da sociedade brasileira através da música e coreografia. O figurino das dançarinas, conhecidas como vedetes, era sensual, provocativo e valorizava a silhueta; as lantejoulas e plumas proporcionavam exuberância ao visual (ALENCAR, 2009, web; MARAN, 2012).

Alceu Penna foi o ilustrador de *pin ups* mais popular do Brasil no final da década de 30, lançou uma coluna titulada "As Garotas do Alceu" na revista O Cruzeiro em 1938. Criou suas primeiras ilustrações de *pin ups* (figura 03) a partir da inspiração vinda das "Gibson Girls" de Charles Dana Gibson. Em 1939, Alceu tem contato direto com a cultura norte americana e estas influências nas ilustrações e nas informações em relação à moda e comportamento são inseridas na coluna brasileira. "As Garotas" conquistam as brasileiras, e se tornam um referencial de moda para costureiros e cabelereiros da época (JUNIOR, 2004; PENNA, 2007). O ilustrador Vicente Caruso também se destacou entre os anos de 1948 até aproximadamente 1955, com técnicas e estilos que lembram os ilustradores Alberto Vargas e Gil Elvgren. As *pin ups* de Vicente (figura 03) foram retratadas em temáticas parecidas com as de Elvgren: patriotas, demonstravam a cultura do país. (PIPER,1976; MARAN,2012).

Figura 03: As Garotas do Alceu (1,2); *Pin ups* de Vicente Caruso (3,4,5)



Fonte: Desenvolvido pela autora – Referências de imagens (2013, web)

Piper (1976) cita que os calendários com *pin ups* divulgavam várias marcas de autopeças no Brasil. A censura à liberdade de imprensa estava em rigor; as *pin ups* não poderiam ser apresentadas de maneira vulgar e nem muito despidas, pois publicações deste cunho eram banidas. O artista Benício no início da carreira trabalhou nas revistas Cinderela e Querida com ilustrações de *pin ups*. Posteriormente produziu capas para livros de romances policiais, e cartazes de cinema. Nos anos 2000 desenvolveu ilustrações de *pin up* em campanhas das empresas Picadilly e Brastemp (MARAN, 2012; CUNHA, 2010).

Assim como nos Estados Unidos o *pin up* começa a perder força no Brasil neste período e começam a surgir novos movimentos culturais na sociedade. Como a moda está sempre em constante mudança, e busca referências no passado para criar o presente, o *pin up* é retomado no século XXI com releituras de comportamento e vestuário das décadas passadas

no contexto contemporâneo. E segundo Sant’anna (2009) na sociedade moderna e individualista, a moda como um fenômeno social, articula as relações entre os indivíduos por meio da aparência e instaura o novo.

A moda *Pin up* contemporânea

No século XXI atrizes, cantoras, e modelos contribuem com a volta da imagem *pin up*, resgatando elementos e comportamentos característicos das décadas passadas, entre eles: maquiagem, cabelo, vestuário, gestos, poses e comportamento. Elas frequentam brechós na busca de acessórios e vestuário das décadas de 40, 50 e 60, associadas ao estilo de moda *vintage*. De acordo com Sabino (2007) *vintage* é uma palavra de origem inglesa e foi introduzida na moda nos anos 80, como referência às roupas de outras épocas, as quais podem ser identificadas através de elementos como etiquetas, linhas de costura, acabamentos entre outros. Muitas delas também preferem adotar o visual retrô com releituras de formas e estampas de décadas passadas. “Essas roupas, embora tenham uma proposta reformista, são revividas para funcionar com o visual do momento” (CALLAN,2007, p.268).

A palavra retrô, de origem francesa, vem de *rétro* – antiquado. Em 1960 começa a ser usada na França para designar roupas que retornavam à moda; no século XXI o estilo continua associado ao mesmo propósito inicial (SABINO, 2007). “A moda sempre apresentou uma inclinação para a nostalgia, e o ressurgimento de velhos estilos tem sido uma constante em sua história” (MACKENZIE, 2010:137).

O cabelo e a maquiagem estão presentes na mulher *pin up* contemporânea. Os cabelos são moldados com bobes e as franjas são cortadas mais curtas lembrando o cabelo da rainha *pin up* Bettie Page; os topetes e os lenços também são elementos no seu visual. Na maquiagem aderem o delineador preto estilo gatinho nos olhos, o batom vermelho nos lábios, cílios alongados e pele natural (JORDÃO, 2009, *web*; LEAL, 2009, *web*).

Cunha (2010), Jordão (2009, *web*) e Lucas (2009, *web*), citam celebridades do meio artístico que representam o *pin up* nos dias atuais: a modelo *performer* Dita Von Teese; as cantoras Katy Perry, Amy Winehouse, Lana Del Rey, Christina Aguilera, Gwen Stefani, o grupo Puppini Sisters, e a brasileira Pitty; as tatuadoras Kat Von D e Sabina Kelley; as modelos Bernie Dexter, Heidi Van Horne e Dayna Delux, também maquiadora (figura 06). O estilo *pin up* também está presente em diversas revistas de moda atuais, em alguns editoriais nacionais e internacionais (figura 04).

Figura 04: *Pin ups* contemporâneas; editoriais de moda nacionais e internacionais com a temática *pin up*



Fonte: Desenvolvido pela autora – Referências de imagens (2013, *web*)

As pesquisas de megatendências de comportamento de consumo e tendências de moda Verão 2013/2014, segundo Portal *UseFashion* (2013, *web*), apontam temas que se relacionam com o comportamento das *pin ups* atuais. Dentre os temas, o resgate das origens em valorizar as questões ambientais, culturais, regionais e históricas e; os trânsitos independentes que referem-se às mudanças e à velocidade com a qual tudo acontece principalmente com a evolução tecnológica. E também o comportamento *ciberativismo*, uma ação tanto individual quanto coletiva dos indivíduos através das redes sociais, apresenta relação com a *pin up*.

Inclusive as cores nesta pesquisa, são inspiradas nas palavras *vintage*, clássico e natural. A nostalgia, o contato com o passado, a feminilidade e o retrô são as principais referências que inspiram os materiais, os tecidos e os aviamentos, que transitam entre as décadas de 40, 50 e 60. As micro estampas e padrões inspirados na década de 40, os poás que variam de tamanhos entre os maxi e micro, o xadrez tipo pijama e as estampas com elementos retrô (*USEFASHION*, 2013, *web*).

Algumas marcas do mercado da moda (figura 05) lançaram coleções com referências náuticas e delicadas, cintura marcada característica das décadas de 40 e 50 nos *looks* com referência no estilo *navy* nas décadas de 20 e 60. As donas de casa da década de 50 nas peças em tons pastel com estampas xadrez, poá e floral, expressam o retrô em clima de cenário da “casa da vovó”. (*ELLE*, 2013 e *PONTUAL*, 2013, *web*).

Figura 05: tendências de vestuário feminino para o verão 2013/14



Fonte: Desenvolvido pela autora com base em ELLE (2013, web)

O meio virtual é uma ferramenta de constante uso das *pin ups*. Observa-se que elas mantêm contato umas com as outras através de *blogs* e grupos criados nas redes sociais para discussões sobre as preferências das mesmas e divulgações de eventos. Alves (2013, web) e Pacheco (2010, web) apresentam em seus *blogs*, diversas vertentes presentes no grupo social e no conceito de *pin up* contemporânea (Figura 06).

Figura 06: Vertentes de estilo *pin up*



Fonte: Desenvolvido pela autora baseado em imagens e relatos de Alves (2013, web) e Pacheco (2010, web).

As vertentes dos grupos *pin ups* apresentam relação na moda entre os séculos XX e XXI, nas *pin ups*, sejam adeptas ou simpatizantes. Os grupos sociais de acordo com Palomino (2003) começam a surgir nos anos 50, denominados *teenage styles* - compostos por jovens que dividiam o mesmo gosto musical - refletindo na maneira em que se vestiam.

Considerações finais

A moda além de estar ligada ao vestuário, também é comportamento, comunicação e forma de interpretação, expressão, comunicação de uma cultura e linguagem associada às artes e ao design. “A moda é, portanto, um elemento essencial na construção identitária dos indivíduos e dos grupos sociais” (GODART, 2010, p. 33).

A pesquisa com objetivo em conhecer o comportamento dos grupos com estilo *pin ups* e retrô, se aplicou um questionário *online* por meio da rede social Facebook, entre o período de 31 de maio à 03 de junho de 2013. Direcionado a garotas *pin ups* e simpatizantes de todo o Brasil, e, obteve 260 respostas. Participaram membros das comunidades desta rede social: Viva o Retrô; *Vintageland*; *Vintage RJ* e *Pin Ups Com Tempero Brasileiro*.

A análise apresenta o resultado das questões aplicadas, sendo descritas as que foram relevantes para a pesquisa. Referente a faixa etária das *pin ups* e simpatizantes com o estilo de moda retrô, constatando que das respostas, 63% tem 18 a 25 anos. Dentre elas, as que se classificam como *pin ups* e/ou se consideram simpatizantes com o comportamento e a moda retrô das *pin ups*, obteve como resposta 73% simpatizante e 27% *pin up*. Sendo que, destas, a maioria com 64%, respondeu que costuma usar o estilo *pin up* e retrô, nos momentos de lazer, assim como na rotina diária e/ou em apenas em ocasiões especiais, conforme o questionário.

Com o intuito de conhecer de maneira espontânea o que elas costumam fazer em seus momentos de lazer, dentre as respostas, as atividades que repetiram foram: ouvir música; shows; ler e escrever; teatro; cinema; moda; fotografia; sair com amigos e frequentar *pubs* e shoppings. Percebeu-se que as *pin ups* e simpatizantes se identificam com arte e cultura e 30% responderam que aderem o estilo *pin up* e retrô, pelo apego e nostalgia de ícones clássicos das décadas passadas; e 22% com o cinema, que remete as grandes divas Marilyn Monroe e Rita Hayworth. Com referência às opções de estilo, dentre os nove grupos de estilos *pin up* contemporâneos que foram ilustrados anteriormente, a maioria votou em *Rockabilly* e

os estilos *Navy* e *Cheesecake* empataram. Os demais estilos na votação também foram aceitos pelas *pin ups*, com pontuação menor.

Considerando que, no século XX as *pin ups* estavam inseridas na emancipação feminina e em pleno século XXI permanecem como um grupo social, resgatando valores, comportamentos e estilos de moda, pode-se afirmar que a valorização das questões históricas enriquece as análises e discussões do comportamento de moda. Logo, “A moda, mais do que indicar os gostos que mudam de tempo em tempo, a fim de atender a vontade de um grupo social, é um sistema, que constitui a própria sociedade em que funciona” (SANT’ANNA, 2007: 85).

Referências

ALVES, Branca M.; PINTANGUY, Jacqueline. **O que é feminismo**. São Paulo: Brasiliense, 1981.

BAUDOT, François. **Moda do século**. 3. Ed. São Paulo: Cosac Naify, 2005.

BRAGA, João. **História da moda**. 9. Ed. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2011.

CALLAN, Georgina O’Hara. **Enciclopédia da moda de 1840 à década de 90**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

CUNHA, Danielle Silveira. **Dita Von Teese: um olhar contemporâneo sobre as *pin-ups***. 2010. 89 p. Monografia. (Especialização em Design de Moda)-Universidade Feevale, Novo Hamburgo.

GILBERT, Martin. **A Segunda Guerra Mundial**. Don Quixote: Alfragide. 2009.
GODART, Frédéric. **Sociologia da Moda**. São Paulo: Senac São Paulo, 2010.

HARRISON, Robert. **1000 *pin-up girls***. Hohenzollernring: Taschen, 2008.

JUNIOR, Gonçalo. **Alceu Penna: E as garotas do Brasil: Moda e Imprensa – 1933/1980**. São Paulo: CLUQ, 2004.

LAVIER, James. **A roupa e a moda: uma história concisa**. 3. ed. São Paulo: Cia. das Letras, 1999.

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

MARAN, Ana Laura. ***Pin-up* Brasil**. 2012. 95 f. Monografia (Bacharelado em Design Gráfico)-Centro Universitário Senac, São Paulo.

MARTIGNETTE, Charles G.; MEISEL, Louis K. **Gil Elvgren: the complete pin ups**. s.l: Taschen & Paisagem, 2008.

_____. **The great American pin up**. s.l: Taschen do Brasil, 2011.

MEDEIROS, Janaina. **Costurando para fora: a emancipação da mulher através da lingerie**. Rio de Janeiro: Memoria Visual, 2010.

MENDES, Valerie; HAYE, Amy de la. . **A moda do século XX**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

NERY, Marie Louise. **A evolução da indumentária: subsídios para criação de figurino**. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2007.

PALOMINO, Erika. **A moda**. 2. ed. São Paulo: Publifolha, 2003.

PENNA, Gabriela O. **Vamos Garotas! Alceu Penna: moda, corpo e emancipação feminina (1938-1957)**. 2007. 166 p. Monografia (Especialização Moda, Cultura e Arte III)-Centro Universitário SENAC, Santo Amaro.

PIPER, Rudolf. **Garotas de papel**. São Paulo: Global Editora e Distribuidora Ltda., 1976.

ROCHA, Andressa. **Coleção comercial de vestuário retrô para pin ups contemporâneas e simpatizantes**. Joinville, 2013. 128 p. Trabalho de Conclusão de Curso. Universidade da Região de Joinville-UNIVILLE.

SABINO, Marco. **Dicionário da moda**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

SANT'ANNA, Mara Rúbia. **Teoria de moda: sociedade, imagem e consumo**. São Paulo: Estação da Letras Ed.,2007.

_____. **Teoria de moda**. 2ª. Ed. São Paulo: Estação da Letras, 2009.

SCHUSSEL, Jéssica Cavalcante; VARANI, Tássia Lorenzini. **Pin ups: The American Way of Art**. 2010. 28 f. Artigo História III (Curso de Relações Internacionais)-Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo.

TREPTOW, Doris. **Inventando moda: planejamento de coleção**. 4a. Ed. Brusque, SC: D. Treptow, 2007.

Referências da web

ALENCAR, Valéria Peixoto. Teatro de revista: Sátira e vedetes. **Uol Educação**. s.l. fev. 2009. Disponível em: <<http://educacao.uol.com.br/disciplinas/artes/teatro-de-revista-satira-e-vedetes.htm>>. Acesso em: 10 abr. 2013.

ALVES, Daise. **Tipos de pin-up**. Disponível em: <<http://menteflutuante-up.blogspot.com.br/2013/01/tipos-de-pin-up.html>>. Acesso em: 5 abr. 2013.

ANAZ, Silvio. Como funcionam as *pin ups*: História das *pin-ups girls*. **Lazer Uol**. s.l. s.d. Disponível em: <<http://lazer.hsw.uol.com.br/pin-up1.htm>>. Acesso em: 2 abr. 2013.

BAHIA, José Aloise. O Modernismo de J. Carlos. **Cronópios**. s.l. jun. 2011. Disponível em: <<http://www.cronopios.com.br/site/colunistas.asp?id=5059>>. Acesso em: 10 abr. 2013.

JORDÃO, Claudia. As novas *pin-ups*. **ISTO É Comportamento**. s.l. set. 2009. Disponível em: <http://www.istoe.com.br/reportagens/18381_AS+NOVAS+PIN+UPS>. Acesso em: 2 abr. 2013.

LEAL, Ana Luiza. Make *pin-up*. **ELLE**. s.l. jul. 2009. Disponível em: <<http://elle.abril.com.br/materia/make-das-pin-ups-485401>>. Acesso em: 3 abr. 2013.

LUCAS, Thiago. As novas *pin-ups*. **ELLE**. s.l. jul. 2009. Disponível em: <<http://elle.abril.com.br/materia/novas-pin-ups-485301?pw=1>>. Acesso em: 2 abr. 2013.

Portal *UseFashion*. **Tendências gerais dos desfiles verão 2013/14**. Disponível em: <<http://www.usefashion.com/Categorias/TendenciasDesfiles.aspx?idMenu=0&IdTemporada=84&IdSegmento=1&IdGenero=1&IdTipo=7>>. Acesso em: 27 maio 2013.

PACHECO, Laís. *Are you a classic or a modern pin-up?*. Disponível em: <<http://www.world-pinup.com/2010/08/are-you-classic-or-modern-pin-up.html>>. Acesso em: 5 abr. 2013.

SILVA, *et al.* *Pin ups*. **Portal Use Fashion**, s.l., abr. 2013. Disponível em: <<http://www.usefashion.com/categorias/tribosurbanas.aspx?IDConteudo=111909>>. Acesso em: 17 abr. 2013.

PONTUAL, Mariana. SPFW verão 2014. **ELLE**. s.l. mar. 2013. Disponível em: <<http://elle.abril.com.br/galeria/galeria-maior/2013-03-11-acquastudio-por-esther-bauman-spfw-verao-2014/acquastudio-spfw-verao-2014>>. Acesso em: 29 maio 2013.

Portal *UseFashion*. **Matéria prima verão 2013/14**: grupo Tradições. Disponível em: <<http://www.usefashion.com/Categorias/Megatendencias.aspx?IdTipo=1&IdTemporada=87>>. Acesso em: 27 maio 2013.

Referências de Imagens

Figura 01: Gibson Girl; cartaz estilo Art Nouveau . Disponível em: <http://3.bp.blogspot.com/-aEKMbbZITB4/UVE-04bp0aI/AAAAAAAAAXE/NR-2x24qrUM/s1600/4352583485_dd76d90026.jpg>. <<http://1920swoman.files.wordpress.com/2011/04/gibson-girl.jpg>>. <<http://www.cartexpo.com/jpg/772a30.jpg>>. Acesso em: 28 abr. 2013.

Figura 02: Operárias e *Rosie The Riveter*. Disponível em: <<http://prettypaddedroom.com/system/headers/209/original/women-working.jpg?1361883210>>. <<http://www.singularitynyc.com/images/Rosie-the-Riveter.jpg>>. Acesso em: 28 abr. 2013.

Figura 03: As Garotas do Alceu; *Pin ups* de Vicente Caruso.

<http://2.bp.blogspot.com/_3k5XxtKQI-8/S0m3vXpxRFI/AAAAAAAAABIU/fneewUdeCA4/s400/garotas-do-alceu-01.jpg>. <<https://lh5.googleusercontent.com/-Fyn8UKAkPdM/TW00bnu9OpI/AAAAAAAAACf0/Wo9MzbdIJ8/s1600/aproveitaalceupenna09.JPG>>. <<http://tudoporsaopaulo1932.blogspot.com.br/2012/12/a-arte-de-vice-caruso.html>>. Acesso em: 28 abr. 2013.

Figura 04: *Pin ups* contemporâneas; editoriais de moda nacionais e internacionais com a temática *pin up*. Disponível em:

<http://www.eonline.com/eol_images/Entire_Site/2013214/reg_634.DitaVonTeese.mh.031413.jpg>. <<http://www.touchpuppet.com/wp-content/uploads/2012/05/katy-perry.jpg>>. <http://3.bp.blogspot.com/-NzYy6u8T_VQ/Tit6LMiJdqI/AAAAAAAAAHDM/L2dXX9_vPuY/s400/Amy-Winehouse.jpg>. <<http://media-cache-ec0.pinimg.com/236x/b7/14/0e/b7140e912a2951014fbc6c60cb396e9f.jpg>>. <http://userserve-ak.last.fm/serve/_/28276881/Pitty+pinupclassic_004.jpg>. <<http://img2.timeinc.net/people/i/2011/stylewatch/blog/110718/scarlett-johansson-300x400.jpg>>. <http://25.media.tumblr.com/fbfa2e5fd2f339e89f9a4a5146cace5f/tumblr_mffwpuFu7H1qfqs52o1_500.jpg>. <http://4.bp.blogspot.com/-7etpVjI-iJ8/UIHqi1u0jVI/AAAAAAAAACLI/mKXj9tva2SE/s1600/l_3f91872c477815d76651affb6159aab.jpg>. <http://2.bp.blogspot.com/-d076Kf7nHQE/T5MS5yKEO8I/AAAAAAAAAEek/NHdjo080zxA/s1600/bernie_levi_pic1.jpg>. <<http://www.vogue.com/magazine/article/scarlett-johansson-back-in-stride/#/magazine-gallery/scarlett-johansson-back-in-stride/5>>. <http://www.vanityfair.com/culture/features/2007/05/vanities_portfolio200705_slideshow_item28_29>. <<http://www.teenvogue.com/entertainment/cover-stars/2010-05/amanda-seyfried-cover-shoot-photos/?slide=5>>. <http://sphotos-b.xx.fbcdn.net/hphotos-ash4/p480x480/321564_10151565630851842_1771396612_n.png>. <http://sphotos-b.xx.fbcdn.net/hphotos-ash4/p480x480/321564_10151565630851842_1771396612_n.png>. <<http://atrevida.uol.com.br/moda/ta-na-moda/moda-pinup-da-atrevida-fashion-veja-os-bastidores-do-ensaio/2543>>. <<http://revistamarieclaire.globo.com/Revista/Common/0,,EMI102129-17594,00-PINUP.html>>.

Figura 05: tendências de vestuário feminino para o verão 2013/14. PONTUAL, Mariana. SPFW verão 2014. **ELLE**. s.l. mar. 2013. Disponível em:

<<http://elle.abril.com.br/galeria/galeria-maior/2013-03-11-acquastudio-por-esther-bauman-spfw-verao-2014/acquastudio-spfw-verao-2014>>. Acesso em: 29 maio 2013.

Figura 06: Vertentes de estilo *pin up*. ALVES, Daise. **Tipos de pin-up**. Disponível em:

<<http://menteflutuante-up.blogspot.com.br/2013/01/tipos-de-pin-up.html>>. Acesso em: 5 abr. 2013. PACHECO, Laís. **Are you a classic or a modern pin-up?**. Disponível em: <<http://www.world-pinup.com/2010/08/are-you-classic-or-modern-pin-up.html>>. Acesso em: 5 abr. 2013.