



---

**Faculdade de Tecnologia de Americana**  
**Curso Superior de Tecnologia em Produção Têxtil**

MAURICIO FERREIRA MARTINS

**A FIGURA FEMININA NA MODA E A II GUERRA MUNDIAL**

AMERICANA, SÃO PAULO

2017



**Faculdade de Tecnologia de Americana**  
**Curso Superior de Tecnologia em Produção Têxtil**

MAURICIO FERREIRA MARTINS

**A FIGURA FEMININA NA MODA E A II GUERRA MUNDIAL**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao curso de Tecnologia em Produção Têxtil da FATEC – Americana, como requisito à obtenção do título de obtenção do grau de Tecnólogo em Produção Têxtil.

Orientador: Prof<sup>ª</sup>. Dr<sup>ª</sup> Maria Alice Ximenes Cruz

AMERICANA, SÃO PAULO

2017

**FICHA CATALOGRÁFICA – Biblioteca Fatec Americana - CEETEPS  
Dados Internacionais de Catalogação-na-fonte**

M344f MARTINS, Mauricio Ferreira  
A figura feminina na moda e a II Guerra Mundial. / Mauricio Ferreira  
Martins. – Americana, 2017.  
41f.  
Monografia (Curso de Tecnologia em Produção Têxtil) - -  
Faculdade de Tecnologia de Americana – Centro Estadual de Educação  
Tecnológica Paula Souza  
Orientador: Profa. Dra. Maria Alice Cruz Ximenes  
1. Moda I. XIMENES, Maria Alice Cruz II. Centro Estadual de  
Educação Tecnológica Paula Souza – Faculdade de Tecnologia de  
Americana

CDU: 687.016

## A FIGURA FEMININA NA MODA E A II GUERRA MUNDIAL

Trabalho de graduação apresentado  
como exigência parcial para obtenção do  
título de Tecnólogo em Produção Têxtil  
pelo CEETEPS/Faculdade de Tecnologia  
– FATEC/ Americana.  
Área de concentração: Moda

Americana, 15 de Dezembro de 2017.

### Banca Examinadora:



---

Maria Alice Ximenes Cruz (Presidente)  
Doutora  
FATEC/Americana



---

Benedito Aparecido Cruz (Membro)  
Mestre  
FATEC/Americana



---

Luciana Ramos de Souza (Membro)  
Mestre  
FATEC/Americana

## **AGRADECIMENTOS**

A Deus primeiramente que me dá saúde, e sempre me guia por bons caminhos.

A minha família que sempre me apoiaram, e que não mediram esforços para que essa etapa da minha vida se tornasse possível.

A todos os professores que passaram pela minha vida acadêmica, eles que foram grandes incentivadores na minha vida, graças a eles sou um profissional e cidadão melhor.

## RESUMO

A Segunda Guerra Mundial transformou drasticamente a Europa nos anos 40, o cotidiano das pessoas foi alterado, a guerra fez com que as famílias europeias mudassem seu estilo de vida em muitos aspectos, a sua alimentação torna-se mais limitada já que não havia o comércio de alimentos, os meios de comunicação e de transporte também foram afetados pela guerra. A moda não ficou diferente nesse cenário. Paris, que até então, era referência criativa na moda mundial viu-se invadida e ateliês foram fechados, estilistas tiveram que ausentar-se de suas lojas. As pessoas sem opção de se vestirem conforme gostariam, eram obrigadas a se adaptar a situação, os trajes ficaram mais “masculinizados” com uma tendência quase exclusiva de apelo militar a sobriedade, a simplicidade toma conta da moda durante a guerra. Após a libertação da França, Paris tenta retomar seu posto de capital da moda e a tendência é resgatar o feminino que se perdeu nos anos de guerra. Além disso, o papel da mulher já é outro depois da guerra, ela ganha espaço na sociedade em diversos aspectos sociais antes machistas e toma para si o uso da calça que antes da guerra era quase que exclusivamente masculino.

Palavras-chave: moda, anos 40, guerra

## ABSTRACT

World War II transformed the Europe dramatically in the 1940s, people's daily lives were altered, war caused European families to change their lifestyle in many ways, their food became more limited as there was no trade in food, the media and transportation were also affected by the war. Fashion was no different in this scenario. Paris, which until then was a creative reference in world fashion was invaded and workshops were closed, stylists had to absent themselves from their stores. People with no choice of dressing as they pleased would be forced to adjust to the situation, the costumes became more "masculinized" with a quasi-exclusive tendency of military appeal to sobriety, simplicity taking hold of fashion during the war. After the liberation of France, Paris tries to resume its capital position of fashion and the tendency is to rescue the feminine that was lost in years of war. In addition, the role of women is already another after the war, it gains space in society in various social aspects before sexist and takes for itself the use of pants that before the war was almost exclusively male.

Keywords: Fashion, 40's, war

**LISTA DE ILUSTRAÇÕES**

FIGURA 1 - MULHERES TRABALHANDO PARA A GUERRA.....	13
FIGURA 2 - PROPAGANDA AMERICANA PARA AS MULHERES.....	14
FIGURA 3 - VISUAL CAMPONÊS DO IDEAL ALEMÃO (1942).....	16
FIGURA 4 - VESTIDO FEITO SOBRE REGRAS AUSTERAS (1943).....	18
FIGURA 5 - PIN UP.....	20
FIGURA 6 - REVISTA VOGUE - A MODA É INDESTRUTÍVEL(1942).....	22
FIGURA 7 - MODELO DE DUAS PEÇAS (1942).....	24
FIGURA 8 - VESTIDO COM BOLSO E OMBREIRAS (1941).....	25
FIGURA 9 - CALÇA CONSERVADORA (1941).....	24
FIGURA 10 - CALÇA DENIM AZUL.....	26
FIGURA 11 - MULHERES DE BICICLETA.....	27
FIGURA 12 - VESTIDO PARA FESTA.....	28
FIGURA 13 – CAPA MARIE CLAIRE.....	289
FIGURA 14 – SIMONE DE BEAUVOIR E JEAN PAUL SARTRE.....	31
FIGURA 15 - MULHER USA BOLSA-CARTEIRO.....	33
FIGURA 16 - ANUNCIO DE SAPATOS COM SOLAS DE MADEIRA (1942).....	34
FIGURA 17 - MINIATURAS DO LE THÉÂTRE DE LA MODE.....	36
FIGURA 18 -MODELO NEW LOOK.....	37
FIGURA 19 - MULHER DE BIQUÍNI (1948).....	38



## **NOMENCLATURA E ABREVIÇÕES**

Adefa - Associação de fabricantes de roupas germânicos-arianos

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b> .....	<b>9</b>
<b>2</b>	<b>A SEGUNDA GUERRA MUNDIAL</b> .....	<b>11</b>
2.1	O FEMININO NA GUERRA .....	12
<b>3</b>	<b>MODA DURANTE A GUERRA</b> .....	<b>15</b>
3.1	PERSPECTIVA ALEMÃ DE MODA.....	16
3.2	GRÃ BRETANHA .....	17
3.3	ESTADOS UNIDOS .....	18
3.4	FRANÇA – OCUPAÇÃO CHIQUE.....	20
<b>4</b>	<b>CARACTERÍSTICAS DAS ROUPAS</b> .....	<b>22</b>
4.1	ROUPAS PARA O DIA.....	23
4.1.1	Vestidos.....	24
4.1.2	Calças .....	25
4.1.3	Saias-calças .....	26
4.2	ROUPAS PARA A NOITE .....	27
4.2.1	Casacos .....	28
4.3	ACESSÓRIOS.....	29
4.3.1	Chapéus.....	30
4.3.2	Bolsas.....	32
4.3.3	Sapatos .....	33
<b>5</b>	<b>PÓS-GUERRA</b> .....	<b>35</b>
5.1	BÍQUINI .....	38
<b>6</b>	<b>CONCLUSÃO</b> .....	<b>39</b>
	<b>REFERÊNCIAS</b> .....	<b>40</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Este projeto se apresenta como uma investigação das transformações que ocorreram na moda durante a Segunda Guerra Mundial, faz uma análise acerca das transformações que o mercado da moda sofreu, das perseguições criativas que os estilistas sofreram, e demonstra como toda aquela situação de repressão e de medo se refletiu no modo das pessoas se vestirem. As cidades tiveram que se adaptar a realidades duras durante a ocupação alemã, o que mudou o cotidiano de todos.

Em Paris, famílias inteiras fugiram em automóveis repletos de cobertores, aquecedores e a pouca comida que restava. A cidade se adaptou à nova situação: adegas dos grandes hotéis viraram abrigos, algumas lojas fecharam e outras apenas protegeram seus expositores com painéis de madeira e nas vitrines bandeirolas de papel eram afixadas na firme esperança de atenuar a presença dos bombardeiros. (FIELL, Charlotte; DIRIX, Emmanuelle, 2014, p. 23)

Entre os anos de 1940 e 1945 a França é ocupada pelas forças nazistas, Paris é tomada por militares, pessoas são expulsas de suas residências, alimentação é escassa aos poucos que ficaram na capital francesa, um clima de medo toma conta da população francesa, e toda essa situação reflete na forma como as pessoas vivem e como se vestem.

O guarda-roupa feminino tornou-se mais sóbrio, austero e prático, pois o essencial era ter somente o que fosse preciso para uma possível fuga no caso de um alerta. A situação de guerra não permitia as pequenas futilidades nem a vaidade exagerada. Vale salientar outra mudança ocorrida neste momento: os uniformes militares passaram a ser usados na cor verde oliva, diferentemente dos usados em azul marinho na I Guerra Mundial, passando a ter um conceito de camuflagem. (BRAGA, João; 2015 p.68)

O governo alemão impõe regras quanto às vestimentas. A regra é reciclar tudo que for possível, pois toda matéria-prima é direcionada para fins bélicos, com isso as roupas são todas sóbrias, sem detalhe nenhum. Não há quase nenhuma liberdade criativa restando somente aos acessórios algo de novo, o restante das roupas se torna extremamente militarizada, masculinizada e sóbria. Laver (1989).

O objetivo geral deste trabalho é fazer um levantamento bibliográfico com foco nas transformações que a Segunda Guerra Mundial fez na moda dos anos 40, o trabalho aborda desde a ocupação da França pelas forças nazistas, abordando como o mercado de alta costura reagiu, a realidade das roupas durante a ocupação alemã, além de uma análise das características das roupas da época e como algumas destas características estão presentes na moda atual, demonstrando a origem de certas peças, a matéria-prima e características do vestuário feminino usadas até hoje.

A metodologia usada é um estudo de caso que segundo Fachin (2006), é uma pesquisa de determinado assunto específico buscando fazer uma análise dos fatos e influência destes.

A técnica aplicada é a bibliográfica que segundo Gil (2009), uma pesquisa bibliográfica é desenvolvida em suma utilizando artigos já elaborados de outros autores, sendo estes textos provenientes basicamente de livros publicados ou artigos científicos. Para o autor uma das maiores vantagens nesse tipo de pesquisa esta no fato de explorar um maior número de informações e fatos dado que numa pesquisa direta essa possibilidade seria mais difícil. Essa vantagem é bastante importante quando a pesquisa se trata de fatos históricos, o que numa pesquisa direta seria muito limitado, comprometendo a pesquisa.

## 2 A SEGUNDA GUERRA MUNDIAL

Segundo Vicentino (2013) a Segunda Guerra Mundial foi um conflito global, que aconteceu entre 1939-1945, liderado por Adolf Hitler então comandante da Alemanha, o exército alemão invadiu diversos territórios europeus atacando diversas minorias vistas como inferiores pelos nazistas.

“Em 1º de setembro de 1939, Hitler invadiu a Polônia. Os governos da Inglaterra e da França, de acordo com os compromissos públicos assumidos, reagiram, dando início à Segunda Guerra Mundial” (Vicentino, 2013)

Segundo Tota (2008) no fim do ano de 1939 a Alemanha já tinha completado a invasão sobre a Polônia e indicava que o próximo alvo seria a França, dado a sua fragilidade de segurança na fronteira.

O espírito derrotista tomou conta dos franceses. O comando das forças armadas havia passado para o velho Marechal Philippe Pétain, simpatizante do fascismo, que não tinha planos para a resistência. Alguns membros do exército Francês ainda tentavam esboçar uma organização contra a invasão, como era o caso do General Charles de Gaulle. O general já vinha se opondo às estratégias defensivas do Exército francês, que considerava ultrapassadas. (TOTA, Pedro; 2008, p. 366)

“Os franceses jamais vão esquecer o que houve em 4 de junho de 1940, quando as tropas nazistas marcharam pelos bulevares parisienses e a bandeira alemã com a cruz suástica foi afixada na Torre Eiffel” (Tota, 2008)

De acordo com Vicentino (2013) Paris que até então era referência de elegância cheia de restaurantes famosos, grandes ateliers passam a viver uma realidade oposta, realidade esta que mudou radicalmente o cotidiano das pessoas que passaram a comer carne de gato como também de pombos, que eram vendidos no mercado negro da cidade, mantendo essa realidade até a libertação da França em 1944.

Com a França tomada os alemães viraram toda sua atenção para a Grã-Bretanha próximo alvo alemão.

Em setembro de 1940 a Luftwaffe recebeu ordens de iniciar os bombardeios do sul da Inglaterra, como primeiro passo preparativo da invasão das Ilhas Britânicas. Cerca de 1400 bombardeiros e mais de 1000 caças começaram o que se chamou Operação Leão Marinho, despejando toneladas de bombas em instalações portuárias e aeródromos. Depois povoados e, em seguida Londres foi atingida, (TOTA; Pedro; 2008, p. 367)

Segundo Vicentino (2013) “No norte da África, os ingleses rebatiam os ataques da Itália, que tentava tomar-lhes o controle do Canal de Suez, a fim de romper as ligações com suas colônias”

De acordo com Tota (2008) a guerra começava a ter seu fim definido quando em meados de 1943 os líderes dos países aliados, Estados Unidos, Inglaterra e União Soviética traçaram um plano para derrotar o exército alemão, plano que se concretizaria no dia 6 de junho de 1944 num evento conhecido como Dia D.

...o Dia D. A chamada Operação Overlord anulou as forças alemãs estacionadas no norte da Europa, avançando pelo continente. Pouco depois, Paris era libertada, enquanto as três frentes convergiam sobre a Alemanha, o centro do Eixo. A frente do leste, composta pelo Exército Vermelho soviético, foi a primeira a chegar a Berlim, dando o golpe final sobre o Terceiro Reich. Em 1º de maio de 1945, a bandeira vermelha foi hasteada no alto do Reichstag, o antigo Parlamento alemão. Poucos dias antes da rendição final (8 de maio), Mussolini e Hitler morreram em circunstâncias dramáticas. O Duce, assassinado por populares em Milão; e o Führer, por suicídio. (VICENTINO; Cláudio, 2013, p.115)

## 2.1 O FEMININO NA GUERRA

As mulheres atuaram em vários setores da guerra, muitas delas já traziam experiências de conflitos anteriores.

A experiência da Primeira Guerra foi aproveitada e intensificada, e, já em 1940, o número de mulheres empregadas nas fábricas atingiu a capacidade máxima. A quantidade de órgãos militares praticamente dobrou e, em todos os cantos do mundo, elas apareceram como soldadoras, enfermeiras, pilotos de aviões, motoristas, secretárias, datilógrafas, etc. Enfim, estavam em toda parte. (MELLO; Ana Cláudia, 2016)

Segundo Mello (2016) as funções que cada mulher exercia era definida por cada país, elas eram desde enfermeiras até operárias em indústrias, única característica que se manteve, é que elas não atuaram como combatentes na linha de frente em nenhum momento da guerra.

As mulheres a partir da atuação na Segunda guerra conquistaram vários espaços sociais antes ocupados somente por homens.

A guerra iria abrir novas possibilidades para a participação feminina no mercado de trabalho, principalmente em áreas dominadas pelos homens, como, por exemplo, a engenharia. Foi lançada uma intensa campanha na mídia a fim de atrair a força de trabalho feminina para o esforço de guerra. (NOGUEIRA, Natália 2015)

Figura 1 - Mulheres trabalhando para a guerra



Fonte: site da revista pré-univesp (2017)<sup>1</sup>

De acordo com Fiell e Dirix (2014) os governos tinham preocupação de que a mulher indo trabalhar ficasse muito masculinizada, pois a maioria dos uniformes era masculinos e o ambiente fabril não permitia nenhum tipo de vaidade.

---

<sup>1</sup> MELLO, A. Cláudia. *Mulheres na guerra*. Acesso em 17 de dezembro de 2017, disponível em site da revista pré univesp: [www.pre.univesp.br/as-mulheres-na-guerra](http://www.pre.univesp.br/as-mulheres-na-guerra)

Vários ramos da sociedade manifestaram preocupação com relação às mulheres tornarem-se masculinas demais, razão provável pela qual o uso da maquiagem durante o serviço nunca foi proibido, e em alguns casos as funcionárias eram encorajadas a usá-las. (FIELL, Charlotte; DIRIX Emmanuelle, 2014, p. 2)

Abaixo na Figura 2 umas das inúmeras propagandas usadas pelo governo americano tentando mostrar a importância do trabalho das mulheres nas fábricas. Este tipo de material foi muito difundido sempre tendo atrizes de relevância para atrair a atenção popular.

Figura 2 - Propaganda americana para as mulheres



Fonte: Blog Saiba Design (2017)<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> SAIBA DESIGN. (s.d.). *Operária que inspirou o famoso cartaz "WE CAN DO IT!"*. Acesso em 2017 de dezembro de 20, disponível em [www.saibadesign.com.br](http://www.saibadesign.com.br).



### 3 MODA DURANTE A GUERRA

Segundo Fiell e Dirix (2014) a França foi invadida pouco depois das apresentações da coleção de outono de 1939 em Paris. Até então Paris era o epicentro da moda, o que se criava em Paris era tendência no mundo, onde compradores profissionais frequentavam a capital francesa.

Duas vezes por ano, esse público aportava na cidade para observar, comprar e deixar-se inspirar pelas últimas ofertas de luxo. Dentro de poucas semanas, as revistas ofereceriam um apanhado do futuro da moda. O outono de 1939 não seria diferente, embora fosse notável a presença de menos visitantes internacionais. (FIELL, Charlotte; DIRIX, Emmanuelle, 2014, p.9)

Segundo Fiell e Dirix (2014) após a invasão de Paris pelas tropas alemãs ocorreu uma transformação no mercado de moda parisiense quase que de imediato, os alemães traziam uma imagem militarizada que foi incorporada aos franceses de forma imposta.

As primeiras coleções pós- declarações de guerra oscilaram em direção a uma moda realista e cada vez mais prática, aconchegante e versátil, principalmente no mercado doméstico. O luxo era ainda um aspecto da roupa para noite, mas até essa se tornou-se mais pragmática, com vestidos de manga longa para aquecer na eventualidade de um passeio inesperado ao abrigo antibombas ao sair à noite. (FIELL, Charlotte; DIRIX Emmanuelle, 2014, p. 9)

De acordo com Braga (2004) durante a ocupação nazista ocorre uma recessão no mercado de moda, não se via mais nenhuma sofisticação nas ruas, a moda passou a ser resumida em apenas duas peças, a simplicidade predominava, o que ditava a moda agora era praticidade e conforto.

Logo a França inteira está buscando driblar as restrições impostas com múltiplas invenções espalhadas um pouco por toda parte. O boca-a-boca, a imprensa e o rádio são pródigos em conselhos às donas de casa e acabam por impor sua lei à moda do cotidiano. Pouco importa se falta um lado aqui, um pedacinho ali, para concluir um vestido. “Existe uma solução que se propaga tanto na cidade quanto no campo: a utilização de retalhos (que todos, ou quase todos, conservam cuidadosamente num armário) e que, juntando pedaço por pedaço, podem até servir” (VEILLON, Dominique; 2004, p.102)

### 3.1 PERSPECTIVA ALEMÃ DE MODA

Para Fiell e Dirix (2014) quando Hitler assume o poder na Alemanha ele estabelece grandes reformas sociais, políticas, econômicas e culturais, onde nenhum, aspecto da vida alemã permaneceu intocado e com a moda não foi diferente.

As modas passageiras, marcos visuais da mulher trabalhadora independente, eram igualmente desprezadas; maquiagem e penteados estavam em oposição direta à visão do partido acerca da mulher alemã perfeita. As alemãs deviam gastar menos tempo e dinheiro se preocupando com a aparência e, ao contrário, concentrar maiores esforços em ser boas esposas e mães. (FIELL, Charlotte; DIRIX Emmanuelle, 2014, p. 11)

De acordo com Fiell e Dirix (2014) o partido nazista começa a boicotar qualquer produto judeu, o que culminou em pouco tempo na criação da Adefa (Associação de fabricantes de roupas germânicos-arianos), essa associação tem como objetivos promover produtos germânicos e purgar da indústria têxtil qualquer influência judaica, já que os judeus eram conhecidos por serem ótimos gestores e além disso terem projetados diversas máquinas textéis.

Figura 3 - Visual camponês do ideal alemão (1942)



Fonte: FIELL, Charlotte e DIRIX Emmanuelle 2014, p.12<sup>3</sup>

<sup>3</sup> FIELL, Charlotte; DIRIX, Emmanuelle. (2014). *A Moda Da Década: 1940*. São Paulo: Publifolha.

Para Fiell e Dirix (2014) os alemães não se convenceram dos argumentos da Adefa e continuaram a usar produtos de origem judia pois não acreditavam na qualidade do design alemão nem em sua capacidade de gerir as fábricas, sendo que o partido nazista impôs essa condição colocando cartazes nas portas, com os dizeres “Feito por mãos arianas”

### 3.2 GRÃ-BRETANHA

Segundo Fiell e Dirix (2014) a Grã-Bretanha assim como outros países envolvidos na guerra se viu obrigada a racionar toda matéria prima usadas nas roupas, estas se tornando simples sem luxo.

A primeira restrição introduzida foi o racionamento de roupas. A partir de 1º de junho de 1941, assim como para a comida, as roupas só podiam ser compradas com uma combinação de dinheiro e cupons. Tipos diferentes de peça e material exigiam determinado número de cupons, dependendo da qualidade e de quanto tecido e mão de obra eram necessários para chegar no produto final. Itens de luxo, como chapéus, peles e renda, receberam impostos pesados e foram considerados não essenciais, portanto não faziam parte do sistema de cupons. (FIELL, Charlotte e DIRIX Emanuelle, 2014, p.17)

De acordo com Fiell e Dirix (2014) foram grandes a listas e austeridade, o governo impôs limite de tecido que as peças poderiam usar, não era permitido nenhum tipo de adorno nas peças, elas em si eram padronizadas.

Em termos práticos, isso significava não só a alocação de uma quantidade limitada de tecido por tipo de peça, mas também a limitação da quantidade de bolsos, botões, costuras, pregas e babados. Bordados e rendas foram totalmente proibidos, além das barras italianas em calças masculinas, uso de zíper e couro, botões e ornamentos de metal. (FIELL, Charlotte; DIRIX Emanuelle, 2014, p. 18)

Na figura 4 observa-se vestido comercializado sob a regra de cupons, este vestido custa 7 cupons preço alto, para somente 30 cupons mensais que cada pessoa direito.

Figura 4 - Vestido feito sobre regras austeras (1943)



Fonte: FIELL, Charlotte e DIRIX Emmanuelle 2014, p.19<sup>4</sup>

### 3.3 ESTADOS UNIDOS

Para Fiell e Dirix (2014) os Estados Unidos se aproveitaram de sua infraestrutura e experiências em negócios para tomar o mercado da moda que estava “sem dono” desde que a França havia sido ocupada, porém até aquele momento os americanos não desenvolviam moda apenas se limitavam a copiar o que os estilistas franceses criavam.

---

<sup>4</sup> FIELL, Charlotte; DIRIX, Emmanuelle. (2014). *A Moda Da Década: 1940*. São Paulo: Publifolha.

Enquanto as primeiras coleções totalmente norte americanas haviam recebido uma recepção morna, em 1942 a criação no país já corria a passos largos. Claire McCardell e Hattie Carnegie tornaram-se rapidamente nomes familiares, e Adrian tinha aberto uma marca com seu nome. A moda proposta por eles era uma mescla fina e casula de roupa para o dia, consistindo principalmente de peças separadas, inspiradas no visual das estudantes, e roupa elegante para a noite, influenciada pelos vestidos longos hollywoodianos luxuosos. (FIELL, Charlotte; DIRIX Emmanuelle, 2014, p. 22).

Segundo Fiell e Dirix (2014) diferente do sistema de cupons britânicos, os Estados Unidos controlam os fabricantes, impondo duras regras de fabricação, ameaçando-os com duras multas caso não aderissem ao limite de uso de tecido e acessório nas peças. “As estrelas de Hollywood, modelos inspiradores fizeram as próprias contribuições ao esforço de guerra visitando as tropas ou apenas sendo fotografadas ao participar de eventos relacionados, vestidas com calças e roupas simples de trabalho” (Fiell e Dirix, 2014)

### 3.3.1 A figura das *pin-ups* americanas

Para Saggese (2008) a ideia de fotografar e pintar mulheres em poses sensuais, no qual as imagens tinham intenção de seduzir os homens e passar uma imagem de transgressão ao puritanismo da época vem do fim do século XIX, porém só durante a Segunda Guerra Mundial elas ganham o nome de *pin-up*. Durante a guerra as imagens tinham a intenção de divertir os homens que estavam em luta, afim de motiva-los a batalha.

(...) as pin up girls logo se transformam em um produto industrial, sujeito a normas fixas e cuja qualidade e tão estável como a do peanut butter ou do chiclete. Rapidamente aperfeiçoada, como o jipe... ela é um produto perfeitamente harmonizado às influências raciais, geográficas, sociais e religiosas do momento. (BAZIN, André, 1971, p.151)

Para Saggese (2008) a cultura *pin-up* durante a guerra é uma cultura de massa em construção, naquele momento se mostrava ingênua, sem nenhuma marca se apropriar do gênero, o que se mostrou comum rapidamente dado o sucesso das *pin ups* entre os soldados.

Na figura 5 um típico cartaz americano da II Guerra Mundial, no qual uma imagem de uma mulher é retratada de forma sensual num cenário militar.

Figura 5 - Pin up



Fonte: blog menina caprichosa (2017)<sup>5</sup>

### 3.4 FRANÇA – OCUPAÇÃO CHIQUE

De acordo com Fiell e Dirix (2014) as roupas para o dia das francesas eram práticas e prezavam essencialmente o conforto, sendo que todo o luxo e *glamour* da moda francesa quase que ficou inexistente.

Já na Primavera de 1940 as roupas dirigidas ao mercado interno estavam cada vez mais práticas- saias e vestidos mais curtos eram ideias para andar de bicicleta, e mais peças separadas foram introduzidas para dar mais possibilidades de combinações. (FIELL, Charlotte; DIRIX Emmanuelle, 2014, p. 26).

Ainda de acordo com Fiell e Dirix (2014) as mulheres francesas eram estimuladas a continuarem se arrumando e a se manterem bem vestidas, pois demonstrava aos alemães que elas não iriam se sujeitar as todas imposições alemãs, apesar de Paris ter sido totalmente dominada em 1940.

---

<sup>5</sup> EVELYN, Alana. *Moda anos 40*. Acesso em 17 de dezembro de 2017, disponível em [www.modacaprichosa.com.br](http://www.modacaprichosa.com.br).

Com o país em tumulto político, social e financeiro e com falta de comunicação, o restante do mundo assumiu que a indústria da moda parisiense tinha sido eliminada. Nos quatro anos de ocupação, um grande número de casas de moda permaneceu aberto, embora o período tenha se provado à indústria uma luta constante pela sobrevivência. (FIELL, Charlotte; DIRIX, Emmanuelle, 2014, p. 28).

Para Veillon (2004) as mulheres tentavam buscar diversas formas de reinventar as peças, as francesas se negavam a passar uma imagem deselegante, pois até então eram vistas como as mais elegantes do mundo, mas agora a realidade era outra, era de total austeridade, não se via nas ruas quase nenhuma peça luxuosa, salvo alguma artista ou dama da sociedade, até as pessoas com maior poder de aquisição são forçadas a economizar, elas reciclam roupas velhas, fazem adaptações usando tecidos de cortinas entre outras adaptações.

As revistas também tinham a função de conscientização da população, enfatizando o esforço das pessoas no campo de batalha e dizendo que os que ficam deveriam também contribuir, economizando ao máximo itens usados no campo de batalha.

Outro grande fator a se ponderar é o papel que a imprensa francesa tivera, as revistas de moda que a muito custo continuaram a circular, mostrava em suas páginas diversas formas de adaptar tecidos, reaproveitar roupas, ou seja, auxiliavam as mulheres a personalizarem suas roupas afim de manter a elegância francesa.

Complementa Veillon (2004) que as revistas tinham também importante papel político, pois os alemães vendo a grande popularidade que as revistas de moda continuaram a ter, resolvem incluir em seus diários políticos onde era disseminada a doutrina nazista, matérias acerca de moda, afim de atrair a atenção dos franceses.

Na figura 6 um contraste da Paris do início da década de 1940, no qual vemos uma mulher de vestida de forma elegante em meio a destroços de guerra, há uma tentativa francesa de passar através das roupas que a França não está totalmente rendida.

Figura 6 - Revista Vogue - a moda é indestrutível (1942)



Fonte: XIMENES, Maria Alice Cruz, A segunda grande guerra, 2017<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> XIMENES, Maria Alice. *História da moda*, 2017. Notas de aula. Manuscrito.



## 4 CARACTERÍSTICAS DAS ROUPAS

### 4.1 ROUPAS PARA O DIA

Para Braga (2004) o que foi de maior relevância durante a guerra foi na falta de matéria prima, o que limitava em muito as criações de moda, as roupas passaram a ter limites de uso de tecido, não era mais permitido nenhum tipo de detalhe estético nas roupas, essas deviam ser puramente simples se atendo somente a conforto e praticidade.

Em termos práticos, isso se traduzia em uma quantidade muito mais limitada de tecido; a seda tornou-se indisponível, pois foi direcionada a esforços de guerra, e a lã existia em quantidades bastante reduzidas. Corantes tinham uso restrito, e dizia-se que as roupas se tornaram monótonas, embora isso não fosse um fato universal. (FIELL, Charlotte; DIRIX, Emmanuelle, 2014, p. 40).

De acordo com Braga (2004) as roupas eram masculinizadas, uma tendência que se se criou durante a guerra era o uso de duas peças, dado que as mulheres compravam menos, com o uso de duas peças a quantidade de combinações era maior.

Foi comum o uso de um traje composto por duas peças, confeccionadas em tecidos simples, que podiam ser usadas tanto de dia, quanto de noite. O traje era composto por uma saia justa e um casaco, detalhado com gola e/ou bolso em cores diferentes para fugir da monotonia dos tempos de crise. (BRAGA, João, 2004, p. 82)

Figura 7 - Modelo de duas peças ( Setembro, 1942)



Fonte: FIELL, Charlotte; DIRIX, Emmanuelle, 2014, p.57<sup>7</sup>

#### 4.1.1 Vestidos

Segundo Braga (2004) os vestidos e casacos passam a ter ombreiras, característica retirada do guarda roupa masculino e das fardas militares, os vestidos passam a ser simples tendo nenhum detalhe, até aviamentos tiveram que ser economizados, outra característica bastante presente durante esse período é o surgimento de bolsos nos vestidos e saias, o que era útil, pois durante o dia poderiam ocorrer bombardeios e era necessário guardar as coisas para se abrigar.

De acordo com Veillon (2004) os vestidos não tocam mais o chão, devido à restrição do uso de tecidos, os vestidos se tornam mais curtos, o que também ajudava na mobilidade no caso de uma fuga de um bombardeio inesperado, algumas estilistas sugerem que as mulheres usassem seus vestidos com uma segunda camada, que poderia ser de paina, penas ou até mesmo de papel picotado.

---

<sup>7</sup> FIELL, Charlotte; DIRIX, Emmanuelle. (2014). *A Moda Da Década: 1940*. São Paulo: Publifolha.

Figura 8 - Vestido com bolso e ombreiras (1941)



Fonte: FIELL, Charlotte; DIRIX, Emmanuelle, 2014, p.52<sup>8</sup>

#### 4.1.2 Calças

De acordo com Braga (2004) a grande inovação ocorrida no guarda roupa feminino durante a guerra foi a popularização do uso da calça, peça que se tornou muito útil devido à sua praticidade e conforto.

A tendência mais importante foi a calça feminina. Nos anos de 1930 vários costureiros, incluindo Chanel e Patou, lançaram suas versões da calça para mulheres, que nunca fora adotada de modo generalizado pela moda feminina e manteve-se reservada à pequena elite que podia encarar o uso de uma peça tão escandalosa. Calças casuais, parte do uniforme de muitas fábricas, foram então adotadas pelas mulheres mais jovens, que prezavam sua praticidade e conforto; para um público mais maduro e conservador, as versões de alfaiataria com cintura alta foram popularizadas pelas estrelas de Hollywood. (FIELL, Charlotte; DIRIX Emmanuelle, 2014, p. 40)

---

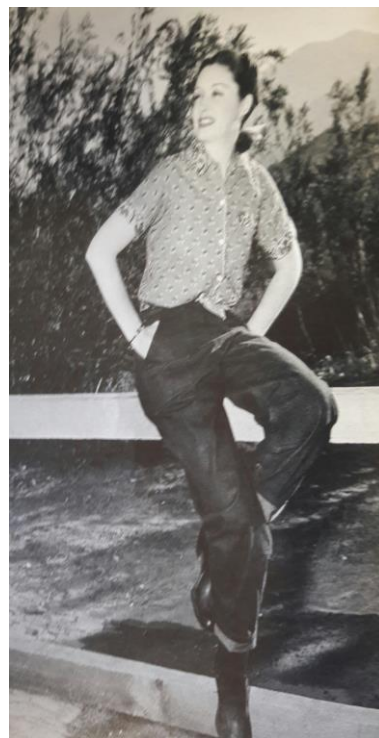
<sup>8</sup> FIELL, Charlotte; DIRIX, Emmanuelle. (2014). *A Moda Da Década: 1940*. São Paulo: Publifolha.

Figura 9 - Calça conservadora (1945)



Fonte: FIELL, Charlotte; DIRIX Emmanuelle, 2014, p.60 <sup>9</sup>

Figura 10 – Calça Denim Azul (1941)



Fonte: FIELL, Charlotte; DIRIX Emmanuelle, 2014, p.62 <sup>10</sup>

#### 4.1.3 Saias-calças

Para Fiell e Dirix (2014) as saias-calças foram muito úteis durante a guerra, pois quase nenhuma família tinha carro e não havia mais transporte público acessível à todas classes, as mulheres tiveram que adaptarem as roupas ao meio de transporte usado na época, a bicicleta. Como as saias da época não lhes davam praticidade ao andar de bicicleta surge uma nova peça no guarda roupa feminino, a saia-calça, peça que permitia as mulheres andarem de bicicleta e ao mesmo tempo com um simples abotoamento se transformava numa saia.

---

<sup>9</sup> FIELL, Charlotte; DIRIX, Emmanuelle. (2014). *A Moda Da Década: 1940*. São Paulo: Publifolha.

<sup>10</sup> FIELL, Charlotte; DIRIX, Emmanuelle. (2014). *A Moda Da Década: 1940*. São Paulo: Publifolha.

Nada detém o progresso dos costureiros. De estação em estação, rivalizam em engenhosidade para tornar a saia-calça invisível. “Madeleine de Rauch dissimula a entreperna com pregas bem apertadas; Jeanne Regny esconde a calça sob a calça abotoada de cima a baixo, enquanto Worth dispõe bem na frente um fecho eclair insuspeitável” O objetivo de todas essas soluções é permitir à mulher deixar sua duas-rodas na porta do estabelecimento mais chique e entrar sem exibir um traje inconveniente. (VEILLON, Dominique; 2004; p.59)

De acordo com Veillon (2004) as saias-calças eram bastantes frequentes nas publicações das revistas de moda, a peça se popularizara principalmente entre as classes mais pobres, a praticidade que a peça lhes dava foi preponderante para que elas usassem no dia a dia.

Figura 11 - Mulheres de bicicleta



Fonte: XIMENES, Maria Alice Cruz, A segunda grande guerra, 2017<sup>11</sup>

#### 4.2 ROUPAS PARA A NOITE

De acordo com Fiell e Dirix (2014) as medidas de austeridade impostas pelos governos principalmente o inglês impossibilitaram os estilistas de criarem peças luxuosas para a noite, o que foi trabalhado eram peças que poderiam ser usadas durante o dia e a noite, com as saídas a noite quase inexistentes as peças luxuosas de noite quase não tinham função.

---

<sup>11</sup> XIMENES, Maria Alice. *História da moda*, 2017. Notas de aula. Manuscrito.

Diz-se que as mulheres comuns faziam roupas para a noite (e até para o dia) com tecido para cortina do tipo blecaute, que podiam ser comprados sem cupons. Embora não fosse o material de melhor qualidade, era tanto uma cor da moda quanto um item não racionado, o que contribuiu muito para torna-lo popular. (FIELL, Charlotte; DIRIX Emmanuelle, 2014, p. 303)

Ainda complementa Fiell e Dirix (2014) que as peles animais continuaram sendo usadas durante toda a guerra, já que não eram um item bélico, elas adornavam os vestidos que eram simples dando uma sofisticação a peça.

Figura 102 - Vestido para festa (1948)



Fonte: FIELL, Charlotte; DIRIX, Emmanuelle, 2014, p.373<sup>12</sup>

#### 4.2.1 Casacos

Segundo Fiell e Dirix (2014) a influência militar ditou os casacos da época, onde a maioria das peças eram de ombros marcados e largos, os abotoamentos eram simples, muitas vezes com cinto.

Os materiais preferidos eram práticos, duráveis e mais uma vez, quase sempre emprestados da roupa masculina (embora muitos já fossem usados para roupas femininas de inverno): lãs, tweeds, *pied-de poule*, pele de carneiro, espinha de peixe e veludo cotelê apareciam com bastante frequência. As cores predominantes eram azul-marinho, cinza, tons de verde, marrom e bege, que se mantinham na moda por mais tempo. (FIELL, Charlotte; DIRIX Emmanuelle, 2014, p. 204)

<sup>12</sup> FIELL, Charlotte; DIRIX, Emmanuelle. (2014). *A Moda Da Década: 1940*. São Paulo: Publifolha.

De acordo com Fiell e Dirix (2014) as mulheres davam preferência a casacos de capa dupla-face, pois estes podiam ser usados tanto no verão quanto no inverno, o que dava a peça uma versatilidade, que as mulheres buscavam quando adquiriam uma peça, já que não podiam estar sempre comprando novas peças.

Complementa Fiell e Dirix (2014) que a maioria dos casacos traziam grandes gorros e grandes bolsos, o que se tornou uma tendência na França durante a ocupação alemã, estes gorros e bolsos era geralmente feitos com pele animal.

### 4.3 ACESSÓRIOS

Para Braga (2004) os acessórios foram de extrema importância para as mulheres na hora de se vestir durante a guerra, pois com as roupas simples sem nenhum tipo de trabalho estético, coube aos acessórios incrementar as roupas dando um toque de personalidade a estas.

Em tempos de austeridade e racionamento, os acessórios se mostraram uma boa maneira de dar um toque inovador e personalizado ao visual. Se as roupas pareciam contidas durante os anos de guerra, fosse pela escassez de material, pelas medidas de austeridade ou apenas por uma questão de gosto, os chapéus se tornaram cada vez mais fantásticos, como se fossem um modo de escapar aos horrores do mundo. (FIELL, Charlotte; DIRIX, Emmanuelle, 2014, p. 374)

### 4.3.1 Chapéus

Para Fiell e Dirix (2014) os chapéus tinham bastante diversificação, tanto na modelagem quanto nas cores, tinham uma forte tendência militar, mas também havia outras influências como o cinema, porém nem todas as mulheres tinham acesso aos chapéus, muitas para substituir usavam turbantes ou redes nos cabelos.

Figura 113 - Capa Marie Claire (1940)



Fonte: FIELL, Charlotte; DIRIX, Emmanuelle, 2014, p.430<sup>13</sup>

---

<sup>13</sup> FIELL, Charlotte; DIRIX, Emmanuelle. (2014). *A Moda Da Década: 1940*. São Paulo: Publifolha.



O uso de turbantes, chapéus, redes e lenços sobre a cabeça foi de extrema importância, uma vez que, devido novamente à ausência masculina, que foi para o campo de batalha, a mulher voltou a trabalhar na indústria e, por motivos de segurança, era preciso prender os cabelos. Lógico que outros fatores, como a ausência de cabelereiros (que também estavam a guerra), e os produtos cosméticos de baixa qualidade, fazia-se necessário esconder os cabelos. (BRAGA, João, 2004, p.80)

Podemos observar na Figura 14 Simone de Beauvoir e seu marido Sartre, importantes ensaístas e pensadores da época, Simone de Beauvoir foi uma grande influenciadora do uso de turbante e da maquiagem mais discreta, ela sendo uma das responsáveis pela popularização do uso deste acessório.

Figura 14 – Simone de Beauvoir e Jean Paul Sartre



Fonte: XIMENES, Maria Alice, A segunda grande guerra, 2017<sup>14</sup>

---

<sup>14</sup> XIMENES, Maria Alice. *História da moda*, 2017. Notas de aula. Manuscrito.

De acordo com Veillon (2004) as autoridades ficam preocupadas com a dimensão criativa que os chapéus tomaram, eram cada vez maiores, os únicos que se excluíam dessa tendência eram os usuários de bicicleta que na maioria das vezes preferiam andar com os cabelos a solta ou o uso de chapéus simples limitando-se a estampas básicas ou xadrezes.

Segundo Sacha Guitry, “esses chapéus altos, esticados e aparatados, puxam as mulheres para o céu”. A moda está nos chapéus de veludo e renda, formato aeroplano, de feltro e de aba larga, *à la* mosqueteiro, ou então gênero postilhão. Cada vez mais malucos, em 1944 certas mulheres carregam tal espalhafato na cabeça que muitas outras se recusam a usar esses monumentos. (VEILLON, Dominique; 2004; p.119)

#### 4.3.2 Bolsas

Para Braga (2004) eram de extrema utilidade durante a guerra, pois ao sair de casa era necessário sair carregar alguns itens de emergência, caso ocorresse algum bombardeio e fosse necessário se abrigar. As bolsas geralmente eram de tiracolo, o que facilitava na locomoção de bicicleta, pois era só pendurá-las no ombro, as bolsas maiores eram usadas para carregar várias coisas até alimento, sendo item de sobrevivência.

As bolsas ficaram maiores, mais quadradas e práticas e serviam a propósitos verdadeiros, diferentemente dos modelos minúsculos nas décadas anteriores. Opções maiores eram úteis não só para carregar itens necessários para um dia de trabalho, da mesma maneira que os bolsos grandes dos casacos; elas eram também um bom lugar para esconder rapidamente alguns suprimentos para o caso de um ataque aéreo e da necessidade de passar a noite no abrigo. (FIELL, Charlotte; DIRIX Emanuelle, 2014, p. 374)

Abaixo na figura 15 temos uma mulher portando uma bolsa-carteiro, esta bastante usada na época devido ser um pouco maior possibilitando carregar mais objetos, além disso, dispor de alça o que facilitaria no transporte com bicicleta.

Figura 15 - Mulher usa bolsa-carteiro



Fonte: FIELL, Charlotte; DIRIX, Emmanuelle, 2014, p.403 <sup>15</sup>

#### 4.3.3 Sapatos

Para Fiell e Dirix (2014) os sapatos se tornaram caros, devido ao racionamento das matérias primas usadas, como couro, borracha entre outras. Tornou-se necessário que os sapatos durassem mais tempo, o que popularizou o sapato plataforma.

A altura dos sapatos era limitada, assim como as cores. Os estilos mais usados eram sapato boneca com salto grosso, Oxford de salto baixo (usado com meia branca), sola Anabela de madeira ou cortiça, sapatos com tira no tornozelo (novamente com salto grosso) e peep-toe, embora esses fossem uma moda norte-americana, já que as regras utilitárias proibiam de dos do pé expostos e saltos com mais de 5 cm. (FIELL, Charlotte; DIRIX Emmanuelle, 2014, p. 375)

---

<sup>15</sup> FIELL, Charlotte; DIRIX, Emmanuelle. (2014). *A Moda Da Década: 1940*. São Paulo: Publifolha.

Para Braga (2004) o cinema contribui para a popularização do uso de sapatos com plataforma de madeira, com as atrizes usando as plataformas era dada uma impressão de luxo e a assim era mais fácil para o governo conseguir que as altas regras de restrição fossem aceitas pela população.

Uma das grandes atrizes que popularizou o sapato plataforma foi a artista luso-brasileira Carmem Miranda que ditou várias tendências de roupa e comportamento nos Estados Unidos na década de 40.

Figura 16 - Anúncio de sapatos com solas de madeira (1942)



Fonte: FIELL, Charlotte; DIRIX Emmanuelle, 2014, p.409)<sup>16</sup>

---

<sup>16</sup> FIELL, Charlotte; DIRIX, Emmanuelle. (2014). *A Moda Da Década: 1940*. São Paulo: Publifolha.

## 5 PÓS-GUERRA

Segundo Fiell e Dirix (2014) após a libertação de Paris pelas tropas aliadas em 1944, vários estilistas retornam à cidade com a intenção de reabrir seus ateliês, toma-se então uma vontade geral na cidade, a de voltar a ser a cidade referência da moda e luxo no mundo.

Com o término bélico em 1945, foi criada uma exposição em Paris, chamada *Le Théâtre de la Mode*, que correu o mundo (Especialmente os Estados Unidos) ... Este Projeto de *marketing* funcionou e Paris voltou a receber a grande clientela feminina de alta-costura, principalmente a norte-americana. (BRAGA, João, 2004, p.80)

Para Ximenes (2017) a II Guerra Mundial afetou muito a Europa, enquanto isso os Estados Unidos aproveitaram para criar um novo sistema da moda. A partir da observação nos uniformes de soldados entenderam que uma mesma roupa vestia corpos muito diferentes, decidiram implementar no Sistema da Moda um novo conceito de fazer roupa, nascia o *ready-to-wear* ou Moda Racional. Este sistema consistia em desenvolver coleções cujas peças eram confeccionadas em larga escala e com grade de tamanhos. Até então, não havia tamanho nas peças. Experimentava-se e aquela que "coubesse" era a que dava certo.

Quando acabou a guerra os franceses foram para os EUA para entender sobre esse processo, mas logo não se identificaram. Voltaram desesperançosos para a França e procuraram Monsieur Lucien Lelong, então Presidente da Câmara Sindical de Alta Costura de Paris. Lelong criou "O Teatro da Moda", a ideia embora não fosse chamada de "marketing" foi a estratégia perfeita para que os estilistas recuperassem o mercado da *Haute Couture* perdido.

Os cenários e miniaturas vestidas pelos mais notáveis estilistas emocionou o mundo que se rendeu aos pés da França e da Alta Costura.

Segundo Laver (1989) a exposição criada pelo museu do Louvre intitulada *Le Théâtre de la Mode* foi de grande repercussão, ela tinha o apoio dos grandes estilistas franceses que haviam retornado a Paris.

A exposição era com miniaturas de 70 cm, e usavam o mínimo possível de tecido, as miniaturas eram vestidas com as mais recentes criações francesas, os estilistas eram livres para criarem o que quisessem, foram criados também cenários para a exposição, no total foram criadas 237 bonecas, e cada casa de costura produziu de 1 a 5 looks.

Complementa Laver (1989) que a exposição atrai cerca de 200 mil pessoas só em Paris e arrecadou uma grande soma em dinheiro, após Paris a exposição percorre toda Europa sendo sucesso de público em todas cidades. A exposição *Le Théâtre de la Mode* foi uma grande impulsão que a alta costura precisava para ter sucesso novamente.

Na figura 17 um dos cenários usados na exposição, pode-se observar como o luxo está presente e como os estilistas se preocuparam com os mínimos detalhes.

Figura 17 - Miniaturas do Le Théâtre de la Mode



Fonte: Blog moda histórica<sup>17</sup>

Para Fiell e Dirix (2014) após o sucesso de *Le Théâtre de la Mode* outra importante fato ocorre que é a criação do New Look pelo estilista francês Cristhian Dior, ele criou em 1947 o *New Look*, coleção que tinha por intenção resgatar toda feminilidade das roupas, característica que foi perdida durante os anos do conflito,

---

<sup>17</sup> MODA HISTÓRICA. (s.d.). *Le Theatre de la Mode*. Acesso em 20 de dezembro de 2017, disponível em [www.modahistórica.com](http://www.modahistórica.com).

porém com um silhueta fina e características entendidas como muito inovadoras na época fizeram com que o new look não fosse um sucesso de imediato, o que permitiu que as tendências da guerra persistissem.

Devido ao uso extravagante de tecido e ao que foi entendido como a volta de uma moda restritiva (poucos modelos, quanto mais mulheres normais, tinham uma cintura adequada ao New Look natural sem o uso do espartilho), a silhueta não caiu no gosto de todos imediatamente, sobretudo nas camadas mais populares. Fabricantes de roupas Prêt-à-porter não conseguiam lucrar com peças com tanto tecido, e, por outro lado, mulheres comuns não tinham necessidade de tanto luxo. (FIELL, Charlotte; DIRIX Emmanuelle, 2014, p. 42)

Segundo Braga (2004) as regras austeras continuaram existindo por mais algum tempo em alguns países, a maioria se via destruído pela guerra e as pessoas tiveram seu poder aquisitivo drasticamente reduzido, por esse motivo o *New Look* não foi aceito de imediato, demorando a ser tornar uma tendência entre as mulheres fato é que estas não abririam mão de conforto e praticidade, o que as peças do *New Look* em sua maioria não proporcionavam.

Figura 18 - Modelo New Look



Fonte: Site Dior (2017)<sup>18</sup>

<sup>18</sup> LA MAISON DIOR. *A revolução do New look*. Acesso em 19 de dezembro de 2017, disponível em [www.dior.com](http://www.dior.com).

## 5.1 BIQUÍNI

De acordo com Fiell e Dirix (2014) nos Estados Unidos a indústria de roupa de banho se tornou muito forte, principalmente na Califórnia, no início eram feitas apenas para crianças, a empresa Jantzen eram a maior do país, fabricava especialmente shorts, vestidos e maiôs.

Depois da guerra, exatamente em 1946, o estilista francês Louis Réar inventou uma roupa de banho de duas peças, devido ao bombardeio atômico no atol de Bikini no Oceano pacífico, deu-lhe o nome de *bikini*. Escândalo para a época, mas, aos poucos, foi sendo assimilada; todavia, foi de grande difusão e aceitação só mesmo a partir dos anos de 1960. (BRAGA, João, 2004 p.81)

Figura 19 - Mulher de biquíni (1948)



Fonte: FIELL, Charlotte e DIRIX Emmanuelle, 2014, p.477<sup>19</sup>

---

<sup>19</sup> FIELL, Charlotte; DIRIX, Emmanuelle. (2014). *A Moda Da Década: 1940*. São Paulo: Publifolha.



## 6 CONCLUSÃO

Antes da Segunda Guerra vemos a moda sendo ditada totalmente pela elite, quase sempre o que o mundo vestia era dito por algumas pessoas influentes e as demais aceitavam, estrelas de cinema ajudavam nessa difusão de uma moda altamente luxuosa e para poucos. A partir de 1939, a guerra muda drasticamente esse cenário, entra agora o fator econômico que antes quase não era relevante, o que na guerra se tornou primordial. Era necessário agora ser criativo frente as duras regras de austeridade impostas pelos governos, as pessoas tiveram suas vidas mudadas novas características sociais e comportamentais surgiram sendo que algumas perduram até hoje.

Fato é que a moda é um fator importante ao se fazer uma análise da Segunda Guerra Mundial, o papel das mulheres sofreu uma importante alteração na década de 40, e conseqüentemente a moda também se adaptou a essas mudanças de sociedade, além das mudanças sociais ocorreram diversas restrições a indústria da moda, esta teve que se adaptar e se reinventar.

As mulheres foram as fábricas e conseqüentemente suas roupas tiveram que se adequar a essa nova realidade, as mulheres se apropriaram de peças que antes eram exclusivamente masculinas, o que na época foi uma necessidade, mas que após a guerra acaba que se tornando tendência, pois a realidade do mercado de moda era outro, e era preciso se adaptar.

A Segunda Guerra impactou o mundo de diversas formas, mas a moda também impactou a sociedade. Alterou-se aquela visão de extremo luxo onde só se valorizava a estética deixando de lado um pouco o conforto, as mulheres passaram a valorizar muito outros aspectos nas roupas, como conforto, versatilidade da peça, perdeu-se um pouco aquela inibição em valorizar outras coisas além do luxo. Durante a guerra os estilistas tiveram que trabalhar com coisas simples e dar personalidade à peça sem extravasar em adereços apenas estéticos, ou seja, deviam se adaptar a realidade e ainda assim manter a criatividade de suas coleções, descobriu-se novas formas de se trabalhar com tecidos menos nobres, os estilistas diminuíram os desperdícios de tecido devido à escassez do mesmo.

Outro ponto a se destacar é a grande conquista social que as mulheres tiveram, elas ocuparam profissões antes quase todas masculinizadas e quebraram um pouco a visão machista vigente na época, sendo possível após a guerra achar mulheres em profissões antes somente masculinas, dentre elas nas áreas de engenharia e indústria.

## REFERÊNCIAS

- BAZIN, A. (1971). Ontology of the pin up girl. Em A. BAZIN, *What is Cinema Vol.2* (p. 195). California: University of Berkeley.
- BRAGA, João (2004). *História da moda: uma narrativa*. São Paulo: Ed. Anhembi Morumbi.
- FACHIN, Odília (1993). *Fundamentos de Metodologia*. São Paulo: Atlas.
- FIELD, Charlotte; DIRIX, Emmanuelle. (2014). *A Moda Da Década: 1940*. São Paulo: Publifolha.
- GIL, Antônio C. (2009). *Como elaborar projetos de pesquisa* (4ª ed.). São Paulo: Atlas.
- LAVIER, James (1989). *A roupa e a moda*. (G. M. Carvalho, Trad.) São Paulo: Companhia das Letras.
- MELLO, Ana Cláudia (18 de novembro de 2017). *As Mulheres na Guerra*. Fonte: Site da Revista Pré-univesp: <http://pre.univesp.br/as-mulheres-na-guerra#.WhmBfIWnHcs>
- NOGUEIRA, Natália (05 de 11 de 2017). *As Norte-americanas e a segunda guerra mundial*. Fonte: [historiahoje.com.br](http://historiahoje.com.br): <http://historiahoje.com/as-norte-americanas-e-a-segunda-guerra-mundial/>
- SAGGESE, Antônio José. (2008). *Imaginando a mulher pin up, da chérrette à playmate*. São Paulo: Univesidade de São Paulo.
- TOTA, Pedro (2008). *Histórias das guerras*. (D. Magnoli, Ed.) São Paulo: Contexto.
- VEILLON, Dominique (2004). *Moda e Guerra: um retrato da França ocupada*. (L. Schichvarger, Trad.) Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- VICENTINO, Cláudio (2013). *História Geral e do Brasil* (2ª ed., Vol. 3). São Paulo: Scipione.
- XIMENES, Maria Alice. *História da moda*, 2015. Notas de aula. Manuscrito.
- XIMENES, Maria Alice (2011). *Moda e Arte na reinvenção do corpo feminino no século XIX* (2ª ed.). São Paulo: Estação das letras e cores.