

Design de moda e jornalismo: o retrato da mulher no período entreguerras

*Isabella Melano
Sérgio Antônio Silva
Heloisa Nazaré dos Santos*

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo analisar como o design de moda refletiu mudanças sociais das mulheres e a função dele na construção das imagens, dos papéis da mulher, conforme retratado pelo jornalismo, entre a Primeira e a Segunda Guerra Mundial (1914- 1945). Esse período marcou mudanças significativas nos papéis desempenhados pelas das mulheres e também na evolução do vestuário feminino, impulsionadas principalmente pelos desafios e transformações decorrentes das guerras, especialmente na Europa. Durante a Primeira Guerra, muitas mulheres assumiram funções tradicionalmente masculinas, o que acabou resultando em uma revolução no vestuário feminino a partir da introdução de peças mais práticas, como, por exemplo as calças que, após serem apropriadas do vestuário masculino. Estilistas como Coco Chanel captaram esses anseios, introduzindo elementos como a calça pantalonada e silhuetas menos estruturadas, alinhadas à estética “Garçonne” e ao estilo das “Flappers”. Essas mudanças não apenas refletiram uma nova realidade, mas também simbolizaram a luta por emancipação e igualdade de gênero. O estudo investiga como o jornalismo retratou e, muitas vezes, influenciou essas transformações, sendo um veículo importante para moldar a percepção social da figura feminina,

pela massificação desse novo design de moda feminino, ao mesmo tempo em que refletia as tensões culturais e políticas desse período de profundas mudanças históricas.

Palavras-chave: Design de Moda; mulher; jornalismo; Período Entreguerras.

FASHION DESIGN AND JOURNALISM: THE PORTRAYAL OF WOMEN IN THE INTERWAR PERIOD

Abstract

This paper aims to analyse how fashion design reflected social changes experienced by women and its role in shaping their images and roles as portrayed by journalism between the First and Second World Wars (1914-1945). This period marked significant changes in the roles performed by women and in the evolution of women's clothing, driven primarily by the challenges and transformations brought about by the wars, especially in Europe. During the First World War, many women took on traditionally male roles, which led to a revolution in women's attire through the introduction of more practical garments, such as trousers appropriated from men's clothing. Designers like Coco Chanel captured these aspirations, introducing elements like wide-legged trousers (pantalons) and less structured silhouettes, aligned with the «Garçonne» aesthetic and the style of the «Flappers». These changes not only reflected a new reality but also symbolised the struggle for emancipation and gender equality. This study investigates how journalism depicted and often influenced these transformations, serving as an essential vehicle for shaping societal perceptions of the female figure through the mass dissemination of this new fashion design, while simultaneously reflecting the cultural and political tensions of this period of profound historical change.

Keywords: Fashion Design; Woman; Journalism; Interwar Period.

DISEÑO DE MODA Y PERIODISMO: EL RETRATO DE LA MUJER EN EL PERÍODO DE ENTREGUERRAS

Resumen

Este trabajo tiene como objetivo analizar cómo el diseño de moda reflejó los cambios sociales vividos por las mujeres y su función en la construcción de sus imágenes y roles, tal como fueron retratados por el periodismo entre la Primera y la Segunda Guerra Mundial (1914-1945). Este período marcó cambios significativos en los roles desempeñados por las mujeres y en la evolución de la vestimenta femenina, impulsados principalmente por los desafíos y transformaciones ocasionados por las guerras, especialmente en Europa. Durante la Primera Guerra Mundial, muchas mujeres asumieron roles tradicionalmente masculinos, lo que llevó a una revolución en el vestuario femenino a través de la introducción de prendas más prácticas, como los pantalones apropiados del vestuario masculino. Diseñadores como Coco Chanel captaron

estas aspiraciones, introduciendo elementos como los pantalones anchos (pantalones de pernera ancha) y siluetas menos estructuradas, alineadas con la estética “Garçonne” y el estilo de las “Flappers”. Estos cambios no solo reflejaron una nueva realidad, sino que también simbolizaron la lucha por la emancipación y la igualdad de género. Este estudio investiga cómo el periodismo retrató y, a menudo, influyó en estas transformaciones, actuando como un vehículo esencial para moldear la percepción social de la figura femenina a través de la masificación de este nuevo diseño de moda femenina, al tiempo que reflejaba las tensiones culturales y políticas de este período de profundos cambios históricos.

Palabras-clave: *Diseño de moda; Mujer; Periodismo; Período de Entreguerras.*

1. INTRODUÇÃO

A história da moda está intrinsecamente ligada à evolução da mulher e aos papéis ocupados por ela na sociedade refletindo transformações culturais, econômicas e políticas ao longo do tempo.

Durante o período entreguerras (1914-1945), o design de moda, em especial na Europa, registrou mudanças significativas impulsionadas pelos novos papéis assumidos pela mulher na sociedade, um resultado dos desafios impostos pelas guerras e do anseio por uma identidade social mais emancipada.

Este artigo busca explorar com um olhar crítico como o design de moda, amplamente divulgado pelo jornalismo, contribuiu para consolidar a imagem dessa “nova mulher” que emerge no período entreguerras na Europa e se expandem para o mundo ocidental. Entre as questões norteadoras deste estudo, destacam-se: de que maneira o design de moda e o jornalismo interagem na construção dos papéis sociais da mulher? Até que ponto o design de moda foi reflexo de demandas femininas e ferramenta de emancipação?

Antes de dar continuidade a este estudo e para evitar anacronismos, é importante destacar que o termo “design de moda” começou a ganhar destaque no final do século XIX e início do século XX, principalmente na França, quando a criação de roupas começou a ser vista como um processo criativo e artístico, e não apenas funcional.

O início da profissionalização do setor é atribuído ao costureiro britânico Charles Frederick Worth, considerado o primeiro “designer de moda” do mundo. Em Paris, por volta de 1858, ele abriu a *Maison Worth*, onde criava peças exclusivas e assinadas, mudando a forma como a moda era concebida e, pela primeira vez, atribuindo autoria e identidade artística às roupas.

Na virada do século XX, o termo começou a ser mais amplamente utilizado para descrever não só a criação das roupas, mas também o planejamento e desenvolvimento de coleções com estilo e tendências específicos.

Sendo assim, devido ao recorte histórico que se trata do mesmo período em que o design de moda começa a se consolidar na sociedade – ao longo deste trabalho será empregado o termo “design de moda” e não moda, ou modismo.

1.1 Metodologia

Para o desenvolvimento deste material será empregado estudo de caso. De acordo com Yin (2005), o estudo de caso é um método adequado para responder questões de “como” e “por que”. Além disso, o método, segundo o autor, se caracteriza pela capacidade de lidar com uma completa variedade de evidências. A presente pesquisa necessita do suporte de registros históricos das mudanças no design de moda feminino, do jornalismo e da evolução da mulher na sociedade, dependendo de evidências de artigos científicos, livros e os mais variados registros em jornais e revistas.

O artigo, que busca a compreensão da evolução da mulher tendo o design de moda e o jornalismo como guia, se organiza em três seções. A primeira seção, se aprofunda no relato do design de moda pelo jornalismo. A segunda seção, trata a evolução da mulher – dos postos ocupados por ela – e na história do design de moda feminino no período entreguerras na Europa. Por fim, na terceira e última seção, mostra como o design de moda refletiu as mudanças sociais vivenciadas pelas mulheres e como ele contribuiu para a consolidação da figura da mulher e os papéis, funções, por ela desempenhadas.

2. JORNALISMO E O DESIGN DE MODA FEMININO NO PERÍODO ENTREGUERRAS

Ao retratar a moda o jornalismo vai muito além de apenas relatar tendências; ele documenta o impacto do design de moda na sociedade, reflete mudanças culturais e expõe os desafios da indústria. O jornalismo desempenha a função de um agente transformador, podendo atuar como ponte entre a moda e a consciência crítica do público.

O jornalismo de moda, como aponta Kate Best (2017), autora do livro *The History of Fashion Journalism*, funciona como um documento histórico que captura exatamente esta a dinâmica entre o design de moda e as mudanças sociais. Best afirma que o jornalismo, em especial o jornalismo de moda, é um fenômeno coletivo que ajuda a consolidar papéis sociais, sobretudo no que se refere à mulher. Nesse contexto o jornalismo trata o design de moda como um fenômeno de grupo, estabelecendo padrões e contribuindo na sedimentação de papéis sociais. Ao apontar mudanças no design de moda, o jornalismo também aponta os caminhos percorridos pelas mulheres.

Os autores James Daniel Cole e Nancy Deihl (2015), em *The History of Modern Fashion* que a moda é uma expressão das inovações sociais, refletindo mudanças econômicas e políticas. O jornalismo não apenas relata essas transformações, mas também influencia a maneira como elas são percebidas.

O período entreguerras (1914-1945) pode ser apontado como um momento em que as mulheres deixam de ser relegadas exclusivamente ao papel de mães e esposas, imposto até então. Na Europa onde se encontravam os países mais afetados pelo conflito, as mulheres foram convocadas para assumir os postos de trabalho dos homens que foram enviados para a guerra, assim, às saias dão lugar à outas peças de roupa, o volume das roupas diminui devido à escassez de tecido. Nos jornais elas aparecem em ambientes fabris e não eventos sociais como antes eram majoritariamente retratadas, e com vestimentas completamente diferentes dos vestidos até então usados em eventos e ocasiões sociais. O contexto social impõe mudanças na maneira como a mulher se coloca na sociedade, mudanças que são refletidas no design de moda que, por sua vez, contribui na consolidação dessa nova dinâmica social ao serem testemunhadas e registradas pelo jornalismo. Ocorre então a massificação desse novo design de moda pelo jornalismo.

3. MUDANÇAS NO DESIGN DE MODA FEMININO NO PERÍODO ENTREGUERRAS

A moda é um reflexo da sociedade, conforme apontam Cole e Deihl (2015). Segundo os autores “a moda reflete consistentemente as inovações tecnológicas e os desenvolvimentos econômicos e políticos” (Cole; Deihl, 2015. p. 10). Ideia essa, corroborada pela autora Julie Bradford (2015) ao descrever o *modus operandis* da cobertura jornalística da moda e a importante função do jornalismo na documentação de diversas mudanças no *status quo* da mulher na sociedade.

Ao longo das décadas, a moda feminina apresentou uma variação infinita e um fluxo constante de novas silhuetas.

No início do século XX, a popularidade do terno sob medida tendia a torná-lo o uniforme da classe média. Mulheres jovens empregadas em novas profissões, como funcionárias de escritório e professoras do ensino fundamental, o adotam como uniforme profissional. (...) o terno sob medida era produzido larga escala tornando seu preço acessível a uma ampla clientela. A Primeira Guerra Mundial acelera as mudanças. O terno sob medida se espalha, tornando-se o uniforme de guerra de mulheres comprometidas a demonstrar o seu patriotismo. A imprensa estimula seu uso, aproximando os guarda-roupas masculinos e femininos, borrando também as linhas de distinções de classe. (Steele, 2005. p. 260)¹

1 In the early twentieth century, the popularity of the tailored suit tended to make it the uniform of the middle classes. Young women employed in new professions, such as office workers and elementary schoolteachers, adopted it as a professional uniform. (...) the tailored suit was mass produced, and its price thus made it

Ainda de acordo com Valerie Steele (2005) no livro *Encyclopedia of Clothing and Fashion Volume 3: Occult dress to Zoran, Index*, a partir da Primeira Guerra Mundial as mulheres alcançaram novos níveis de independência e a moda começou a permitir cada vez mais liberdade de movimento. É neste contexto que elementos da moda masculina, como jaquetas e calças, começam a ser incorporados ao vestuário feminino. Durante a Primeira Guerra Mundial (1914-1918), as roupas passaram a ser o mais simples possíveis. Vestidos e saias ficam mais curtos facilitando o movimento. As saias ficam também mais largas e ganham bolsos laterais, ficando mais utilitárias. Já as jaquetas passam a ser na altura do quadril o que também proporciona mais liberdade de movimento. Os tecidos usados passam a ser os mais resistentes como algodão e lã, que eram mais duráveis e fáceis de cuidar. A paleta de cores fica mais sóbria, refletindo o clima da guerra que assolava a Europa. Chapéus e sapatos passam a ser menos elaborados, o que coloca a funcionalidade como sendo prioridade.

Gilles Lipovetsky (2009), em *O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas*, relata estas mudanças no modo de vestir feminino e sobre o abandono da visão idealizada da mulher.

Como ignorar, por outro lado, a influência considerável das correntes da arte moderna na transformação democrática da moda após a Primeira Guerra Mundial? A silhueta da mulher dos anos 1920, reta e lisa, está em consonância direta com o espaço pictórico cubista feito de panos nítidos e angulares, de linhas verticais e horizontais, de cores uniformes e de contornos geométricos; faz eco ao universo tubular de Léger, ao despojamento estilístico empreendido por Picasso, Braque, Matisse, depois de Manet e Cézanne. (...) a moda Costura trabalhou parcialmente para des-sublimar e desidealizar o aspecto feminino, democratizou o estilo do vestuário no clima dos novos valores estéticos modernistas, dirigidos para a depuração das formas e a recusa do decorativo (Lipovetsky, 2009, p. 87).

A maioria dos salões de moda de Paris fecharam com a eclosão da Primeira Guerra. No entanto, mulheres abastadas conseguiam comprar vestimentas, como os ternos confortáveis de jersey na altura do quadril e saias simples de Gabrielle Chanel, peças que contribuíram para o estabelecimento da fama da estilista francesa, mais conhecida pelo nome: Coco Chanel. Ela agrega também ao repertório de seu ateliê, ao longo do período entreguerras, a calça comprida. No entanto, como mencionado anteriormente,

accessible to a broad clientele. Department stores made it into a sale item. World War I accelerated changes. The tailored suit spread, becoming the war uniform of committed women wishing thereby to show their patriotism. The fashion press galvanized its use, thereby bringing together male and female wardrobes as well as blurring class distinctions.

este elemento do vestuário, que aparece como novidade mais importante do século XX nas roupas femininas ocorre primeiramente fora do mundo da moda. Ela se dá pela necessidade imposta pelo mercado de trabalho. Inclusive, neste período, as calças eram em sua maioria emprestadas de homens.

Na virada do século XX, as mulheres jovens usavam camisetas, suéteres de gola alta e cardigans, emprestados diretamente de seus irmãos. Além disso, muitas optavam por deixar os espartilhos de lado ao participar de atividades ao ar livre (...). As revistas da época captam as mudanças e com ilustrações, e espalham a nova ousadia da moda por todo o país (Steele, 2005, p. 219).²

A estilista Coco Chanel, neste contexto, se apropria da calça masculina, fazendo uma releitura da peça até então emprestada de guarda-roupas de homens. Ela transforma o vestuário feminino no início do século XX, ao desafiar – no ateliê e nos jornais – as normas de gênero da época. A criação da calça pantalonada em 1926, rompeu – na alta costura – com as restrições impostas pelas saias longas e espartilhos tradicionais. A estilista leva para os salões de moda os ideais de liberdade de movimento e conforto.

A jornalista Maria Rita Alonso (2023), no artigo “A trajetória de Coco Chanel como uma menina órfã revolucionou a maneira das mulheres se vestirem e se comportarem no século 20”, aponta que a calça pantalonada de Chanel, contribuiu para o movimento de emancipação feminina e para o processo de redefinição dos papéis da mulher na sociedade.

O jornalismo de moda se expande e especializa as publicações, influenciando e criando padrões que cimentaram, em diversos momentos, os papéis da mulher na sociedade, seja a frágil, a mãe de família, ou a mulher trabalhadora que consegue equilibrar a vida familiar e o trabalho sem nenhuma dificuldade. A fotografia participou da transmissão da moda e desses papéis da mulher estando presente nos jornais, revistas e anúncios.

3.1 O impacto dos anos loucos e do *Crash* de 1929 na moda

Os “Anos Loucos”, ou “Les Années Folles” em francês, referem-se ao período de eferescência cultural, artística e social vivido principalmente na década de 1920. Este período foi caracterizado por uma explosão de criatividade e inovação em diversas áreas, como a moda, as artes, o cinema e a música. Paris, em particular, tornou-se o epicentro cultural do mundo ocidental, com movimentos artísticos como o Surrea-

2 By the turn of the twentieth century, young women wore jerseys, turtleneck sweaters, and cardigans, borrowed directly from their brothers. In addition, many chose to leave off their corsets when participating in active activities (...) Magazines of the day picked up the new “daring” fashions, with illustrations, to spread them across the country.

lismo, liderado por figuras como Salvador Dalí e André Breton. Na moda, estilistas como Coco Chanel e Jean Patou popularizaram o estilo “Garçonne”, que simbolizava a independência e modernidade da mulher da época. As “Flappers” surgem nesse contexto como ícones culturais, caracterizadas por seus vestidos de corte reto, cabelos curtos, comportamento ousado e uma atitude de rejeição às normas tradicionais de gênero e, até mesmo, de moralidade. Esse período também foi marcado por um crescimento econômico generalizado, que estimulou o consumo e o hedonismo, criando uma nova classe média ansiosa por produtos de luxo e moda acessíveis, conforme explicado por Lipovetsky (2009) na obra *O império do efêmero: A moda e seu destino nas sociedades modernas*.

O *Crash* de 1929, por sua vez, foi uma das maiores crises econômicas da história moderna, tendo suas raízes no excesso de especulação financeira e na expansão descontrolada do crédito na década de 1920. Em 24 de outubro de 1929, conhecido como “Quinta-feira Negra”, a Bolsa de Valores de Nova York sofreu uma queda abrupta, desencadeando uma reação em cadeia que levou à Grande Depressão da década de 1930. O impacto foi global, resultando no colapso de empresas, falências bancárias e aumento massivo do desemprego. Na moda, o *Crash* trouxe uma mudança drástica: os excessos dos “Anos Loucos” deram lugar a uma estética mais sóbria e funcional, refletindo a nova realidade econômica. As silhuetas tornaram-se mais estruturadas, os tecidos mais baratos ganharam espaço, e a moda se adaptou às restrições financeiras da época.

O jornalismo, como apontado pela autora Kate Best (2017) neste momento não só capturou como documentou tanto os excessos dos anos 1920 quanto as restrições impostas pela crise econômica. Essa transição contrastou os dias de luxo com a nova austeridade que marcou os anos pós-crise.

4. AS TRANSFORMAÇÕES DA MULHER NO PERÍODO ENTREGUERRAS

Feitas essas considerações sobre a evolução do design de moda feminino, pretende-se agora compreender o que acontecia com a mulher e as mudanças nos papéis sociais por ela desempenhados.

Durante a Primeira Guerra Mundial, como apontado anteriormente, devido à escassez de mão de obra masculina, as mulheres assumiram papéis essenciais em diversas áreas, especialmente em funções antes ocupadas por homens. Muitas mulheres foram para o chão de fábrica, trabalharam em indústrias armamentistas, produzindo munições e equipamentos militares. Elas ocuparam também postos em outros setores industriais como têxtil, transporte e construção. A necessidade de garantir a alimentação nas casas levou as mulheres também para o campo, cultivando e colhendo alimentos. Mulheres se tornam também enfermeiras, tanto em hospitais civis quanto em

frentes de batalha, cuidando de soldados feridos, muitas se juntaram a organizações como a Cruz Vermelha. Algumas mulheres se alistam como o Auxiliar do Exército, onde desempenharam funções administrativas e de suporte. Com os homens nas frentes de combate, as mulheres assumiram também cargos de secretárias, telefonistas e funcionárias de escritório. Essas contribuições foram cruciais não apenas para o esforço de guerra, mas também desempenharam um desafio às normas de gênero, resultando em mudanças significativas na percepção do papel das mulheres na sociedade daquele período.

A Primeira Guerra Mundial, como é possível perceber, marca o início de uma grande mudança na estrutura social, assim como o seu fim. Quando os homens retornam dos campos de batalha, as mulheres não necessariamente voltam ao posto antes determinado para elas e, começam a questionar os papéis tradicionais dentro da família. Embora ainda fossem majoritariamente responsáveis pelas tarefas domésticas, muitas mulheres continuaram a trabalhar fora de casa, ocupando empregos em diversos setores como indústria, comércio e serviços. Para além disso, nesse período entreguerras houve uma diversificação de funções com as mulheres acessando o ensino superior e buscando carreiras em áreas do conhecimento antes dominadas pelos homens como engenharia e medicina.

O movimento pelos direitos das mulheres ganha força, resultando em conquistas como o direito ao voto em vários países, incluindo os Estados Unidos e o Reino Unido. A luta pela igualdade de gênero se intensifica no período levando a um maior ativismo em busca de direitos civis e sociais. Como apontado anteriormente, é também nesse contexto que o design de moda se torna mais prático e ousado, roupas mais curtas e confortáveis, refletem essa nova liberdade. Esta imagem da “nova mulher” surgiu, caracterizada por maior independência tanto social quanto sexual.

Nesse período conforme aponta Lipovetsky (2009) é só depois da Primeira e da Segunda Guerra Mundial que o “direito” à moda encontra uma base real e uma legitimidade de massa, mesmo que, há séculos, diversas camadas sociais tenham tido acesso a ela. Na Segunda Guerra Mundial, as mulheres mais uma vez se fizeram necessárias e desempenharam papéis cruciais não só por conta do contexto, mas também pelo caminho que estavam pavimentando até então. O período entre a Primeira e Segunda Guerra Mundial foi fundamental para moldar a luta contínua pela igualdade de gênero e redefinir a posição da mulher na sociedade.

No entanto é preciso um olhar crítico em relação a esta evolução da mulher e a compreensão dos papéis desempenhados por ela socialmente. O autor Gilles Lipovetsky nos permite questionar até que ponto a mulher de fato passa a ser compreendida em sua totalidade ou se mesmo assumindo diversas funções sociais e tendo uma mudança em seu *status quo* ela continua sendo acachapada. A própria mulher tem

uma imagem tão consolidada de si que se torna difícil romper padrões sociais “tanto a mulher jovem como a mulher “madura” se veem em “fragmentos” (Lipovetsky, 2009, p. 152).

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O design de moda é mais do que uma testemunha das mudanças sociais, é um campo rico para explorar a identidade feminina e sua representação ao longo do tempo. A apropriação de peças masculinas pelo guarda-roupa feminino como mostram um deslocamento da mulher na sociedade. A mulher que antes da Primeira Guerra Mundial assumia majoritariamente os papéis de mãe de família, cuidadora do lar e esposa assume a partir da eclosão da guerra também os papéis de provedora da família, trabalhadora e faz isso ocupando postos de trabalho que até então era dominados por homens.

Este deslocamento social gera proporciona uma nova configuração social que até hoje é estudada. É a partir deste momento que a busca pela equidade entre homens e mulheres no mercado de trabalho desponta bem como a busca pelo equilíbrio entre as funções desempenhadas por essas figuras dentro de casa em arranjos heteronormativos. E toda essa mudança social é documentada pelo jornalismo que apreende as mudanças na vestimenta, no design de moda. A apropriação de peças masculinas representou o empoderamento feminino em uma sociedade patriarcal e foi uma marca do início da luta de gêneros como a conhecemos na contemporaneidade.

Se no período demarcado neste trabalho é possível inferir que o design de moda fez parte de uma ruptura social por parte das mulheres é possível dizer também, que as mulheres seguem contribuindo ativamente para moldar o design de moda através das narrativas disseminadas pelo jornalismo. O jornalismo coloca na esfera pública as novas mulheres que surgem na Europa neste período entreguerras e que se expande para o mundo ocidental. Coloca em pauta a pluralidade feminina abrindo o debate para questões de gênero a partir do momento que coloca nas páginas impressas os novos papéis que a mulher assume, e sempre foi capaz de assumir apesar das amarras sociais até então impostas a ela. O jornalismo não só é uma narrativa em tempo real da história, como exerce também um trabalho de construção de sentido e contribui para a assimilação e construção de significado social, ele amplifica o espaço para o debate da questão de gênero e consolida os papéis sociais da mulher ao narrar em tempo real e documentar as mudanças no design de moda, bem como as funções que por elas são ocupadas.

No entanto, é preciso compreender que mesmo disseminando e contribuindo para a massificação das transformações ocorridas no design de moda feminino e as mudanças sociais da mulher a partir do século XIX a moda, o design de moda, se insere

dentro de uma lógica organizacional instalada na esfera das aparências que é difundida para toda a esfera dos bens de consumo.

Ou seja, o design de moda que aparece como um signo da mudança no *status quo* da mulher ao ser disseminado e comercializado perde parte da aura e se torna também mais um comportamento ritualizado ao invés de uma ação consciente.

REFERÊNCIAS

- ALONSO, Maria Rita. A trajetória de Coco Chanel: como uma menina órfã revolucionou a maneira das mulheres se vestirem e se comportarem no século 20. *Revista PePsico Health*, São Paulo, v. 45, n. 76, p. 59-64, 2023.
- BEST, Kate. *The history of fashion journalism*. London; New York: Bloomsbury Academic, 2017.
- BRADFORD, Julie. *Fashion journalism*. Routledge, 2015.
- COLE, James Daniel; DEIHL, Nancy. *The History of Modern Fashion*. Laurence King Publishing Ltd, 2015.
- LIPOVETSKY, Gilles. *O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas*. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.
- STEELE, Valerie. *Encyclopedia of Clothing and Fashion*. Volume 3: Occult dress to Zoran, Index. Thomson Gale, a part of the Thomson Corporation, 2005.
- YIN, Robert K. *Estudo de caso: planejamento e métodos*. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.

