

Moda, jornalismo e educação: a construção da identidade feminina no período entreguerras

Isabella Melano

Universidade do Estado de Minas Gerais
<http://lattes.cnpq.br/9406395093346412>
isabellamelano@gmail.com

Sérgio Antônio Silva

Universidade do Estado de Minas Gerais
<http://lattes.cnpq.br/9285512367945785>
sas.sergiosilva@gmail.com

Heloisa Nazaré dos Santos

Universidade do Estado de Minas Gerais
<http://lattes.cnpq.br/7238982117122755>
heloisansantos@gmail.com

Resumo

Este trabalho tem como objetivo compreender a influência do design de moda na percepção das mudanças sociais vivenciadas pelas 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 foi marcado por mudanças significativas nos papéis desempenhados pelas mulheres e também pela evolução do vestuário feminino que adota peças antes tipicamente masculinas como as calças - impulsionadas principalmente pelos desafios e transformações decorrentes das guerras, especialmente na Europa. Estilistas como Coco Chanel captaram esses anseios, introduzindo novos elementos como a calça pantalone 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 influenciou essas transformações, sendo um veículo importante para moldar a percepção social da figura da mulher, 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; educação; Período Entreguerras.

Fashion, Journalism, and Education: The Construction of Female Identity in the Interwar Period

Abstract

This study aims to understand the influence of fashion design on the perception of the social changes experienced by women and its role in shaping female images and roles as portrayed by journalism between the First and Second World Wars (1914–1945). This period was marked by significant changes in the roles assumed by women and also by the evolution of women's clothing, which began to adopt garments previously considered typically masculine, such as trousers — changes driven mainly by the challenges and transformations brought about by the wars, especially in Europe. Designers like Coco Chanel responded to these demands by introducing new elements such as wide-legged trousers and less structured silhouettes, aligned with the “Garçonne” aesthetic and the “Flappers” style. These changes not only reflected a new reality but also symbolized the struggle for emancipation and gender equality. The study investigates how journalism portrayed and influenced these transformations, acting as an important vehicle in shaping the social perception of women by massifying this new female fashion design, while also reflecting the cultural and political tensions of this historically transformative period.

Keywords

Fashion Design; Woman; Journalism; Education; Interwar Period.

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 pelas mulheres 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 expande 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 na análise 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.

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* afirmam 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 outras 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

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 dessublimar 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, 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

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 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.

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 efervescência 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 Surrealismo, 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,

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.

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.

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 O DESIGN DE MODA COMO FERRAMENTA DE CONSCIÊNCIA CRÍTICA

O design de moda e o jornalismo, no período entreguerras, oferecem uma rica oportunidade para reflexões críticas que vão além da esfera estética e se inserem dentro do campo da formação de subjetividades e da educação emancipadora. Isso porque, a partir das ideias de Paulo Freire em *Educação como Prática da Liberdade* (2015) e das abordagens pedagógicas discutidas por Mizukami (1986), é possível compreender o impacto dessas transformações culturais não apenas como registros históricos, mas como práticas educativas que moldam e redefinem papéis sociais.

Paulo Freire no livro *Educação como Prática da Liberdade* afirma que a autorreflexão leva ao aprofundamento, uma tomada de consciência que, por sua vez, resulta em uma inserção na história, removendo os seres humanos da posição de expectadores e os colocando como autores.

Tendo esta premissa didática em mente é possível dizer que a definição dos papéis que a mulher assume na sociedade se dá a partir da apropriação de uma imagem e de uma construção coletiva de

significado. A sociedade passa então a ser autora desta construção social. No entanto, é preciso entender o contexto em que essa construção de sentido acontece.

Freire afirma que, para o homem, o mundo é uma realidade objetiva, independente dele e possível de ser conhecida. No entanto, ainda conforme Freire (2015), o homem não apenas está no mundo, mas com o mundo. Estar com o mundo é um resultado de sua abertura à realidade, que o faz ser o ente de relações. São exatamente estas relações que massificam, na mesma medida que domesticam e, se “apoderam” das camadas mais ingênuas da sociedade.

Pode-se inferir, por tanto, que a partir do momento em que essa nova figura feminina passa a ser divulgadas pelo jornalismo da época, seja em jornais ou revistas, a sociedade passa a aprender essa nova imagem, reconhecendo então essa mulher - que trabalha e que se apoderou não só do design de roupa masculino como também de certos postos que até a Primeira Guerra Mundial eram apenas ocupados por homens – como sendo a norma e não a exceção.

Ainda tendo a didática freiriana em mente é preciso recordar que quando se aprende algo é necessário mais que uma contextualização, mas também um olhar crítico que permita ao sujeito, no caso a sociedade, questionar o que está se desdobrando diante dele.

Se, Paulo Freire defende que a educação deve ir além da transmissão de conteúdos, sendo uma prática que fomente a consciência crítica e a emancipação, no contexto do design de moda feminino no período entreguerras, essas transformações podem ser vistas como um processo educativo que permitiu às mulheres questionarem seus papéis sociais, especialmente a partir do momento em que o jornalismo massificou a imagem da "nova mulher". Essa figura, que emergia no pós-guerra, representava não apenas a entrada no mercado de trabalho, mas também a possibilidade de transcender as normas de gênero impostas até então.

No entanto, Freire alerta sobre o risco de massificação e domesticação, apontando que os sujeitos educados pela sociedade devem ser protagonistas de suas próprias histórias, e não meros espectadores das mudanças ao seu redor. Assim, o design de moda, ao ser amplificado pelo jornalismo, se torna um veículo de aprendizado e também de construção de significados, mas é necessário analisar até que ponto ele contribuiu para a emancipação feminina e não apenas para uma adaptação ao mercado de consumo e às lógicas patriarcais?

6 O PAPEL DO JORNALISMO COMO MEDIADOR EDUCATIVO

O jornalismo, enquanto veículo cultural e de massa, transcendeu a simples documentação das tendências da moda no período entreguerras. Ele se tornou o que a autora Mizukami (1986) apresenta como mediador educativo, especialmente pensando na abordagem crítica do processo de ensino da escritora. Por meio de reportagens, fotografias e artigos, o jornalismo contribuiu para consolidar o papel da mulher como trabalhadora e cidadã, ao mesmo tempo em que moldava esses e outros novos padrões de comportamento.

A abordagem pedagógica comportamentalista de Mizukami pode ser aplicada, neste contexto, para entender como o jornalismo influenciou a assimilação dessas mudanças ao reforçar certos padrões de vestuário e comportamento feminino. Já a abordagem humanista permite compreender o impacto subjetivo destas narrativas, na medida em que valorizam o empoderamento feminino por meio da escolha de roupas que simbolizavam liberdade e independência.

“A educação está intimamente ligada à transmissão cultural. A educação, pois, deverá transmitir conhecimentos, assim como comportamentos éticos, práticas sociais, habilidades consideradas básicas para a manipulação e controle do mundo/ambiente.” (Mizukami, 1986. p. 5).

Por outro lado, Mizukami também nos oferece, assim como Freire, ferramentas para questionar a narrativa histórica: o jornalismo foi um aliado ou um agente de controle que limitou a emancipação feminina ao enquadrá-la dentro de padrões aceitáveis para a sociedade? Essa reflexão reforça mais uma vez a necessidade de um olhar crítico sobre o papel do jornalismo como instrumento educativo.

6.1 MODA, EDUCAÇÃO E A CONSTRUÇÃO DE SENTIDOS

O design de moda, especialmente em períodos de grandes transformações sociais, como o entreguerras, é um reflexo das dinâmicas culturais e econômicas, mas também um agente ativo na construção de sentidos. Como aponta Paulo Freire (2015), a educação é um processo dialógico, que exige reflexão e ação. Assim, ao adotar peças como as calças ou silhuetas mais práticas, as mulheres não apenas refletiram as demandas do momento, mas também redefiniram seu um novo lugar na sociedade, apropriando-se de novas identidades.

Nesse sentido, o design de moda pode ser visto como uma "educação pela aparência", capaz de comunicar mensagens poderosas sobre papéis sociais, autonomia e igualdade de gênero. No entanto, Freire nos lembra que uma verdadeira educação libertadora exige mais do que a simples adoção de novos símbolos: é necessário um processo de conscientização crítica que permita questionar os sistemas de poder que limitam a emancipação.

Ao integrar as abordagens de Mizukami e Freire, é possível ampliar a análise do design de moda e do jornalismo no período entreguerras. Esse período não apenas documentou mudanças no papel da mulher, mas também abriu caminhos para debates mais amplos sobre a construção de significados sociais e a luta contínua pela igualdade de gênero.

7 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 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.
- FREIRE, Paulo. **Educação como Prática da Liberdade**. 35. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2015.
- LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero: A moda e seu destino nas sociedades modernas**. Cia das Letras, 2009.
- MIZUKAMI, Maria da Graça Nicoletti. **Ensino: as abordagens do processo**. São Paulo: EPU, 1986. (Temas básicos da educação e ensino)
- STEELE, Valerie. **Encyclopedia of Clothing and Fashion Volume 3: Occult dress to Zoran, Index**. Thomson Gale, a part of the Thomson Corporation, 2005.