

## O IDEÁRIO FEMININO E AS CAPAS DA VOGUE ESTADUNIDENSE

*The Feminine Ideology and the Covers of American Vogue*

Carvalho, Elen da Silva; Pós-Graduanda em Moda, Arte e Cultura; Universidade Federal de Juiz de Fora,  
elencarvalho@edu.unirio.br<sup>1</sup>

Santos, Karen. L. Diniz; Pós-Graduanda em Moda, Arte e Cultura; Universidade Federal de Juiz de Fora,  
k.diniz.santoss@gmail.com<sup>2</sup>

Ribeiro, Janaina de O. Nunes; Doutora em Educação; Universidade Federal de Juiz de Fora,  
janaina.nunes@ufjf.br<sup>3</sup>

**Resumo:** Este artigo busca compreender como a moda constrói um ideário feminino de cada época analisando três capas da Vogue Estadunidense entendendo a revista como um agente influente capaz de promover mudanças ou manter o status quo. A pesquisa documental se deu por intermédio do arquivo público da revista Vogue America, disponível em formato digital. O referencial metodológico usa parte dos estudos de semiótica do Barthes em conjunto com o sistema de análise de conteúdo do Bardin.

**Palavras-chave:** Ideário feminino; Moda; Vogue estadunidense.

**Abstract:** This article seeks to understand how fashion constructs a feminine ideal in each era by analyzing three American Vogue covers, understanding the magazine as an influential agent capable of promoting change or maintaining the status quo. The documentary research was conducted through the Vogue America public archive, available in digital format. The methodology uses some of Barthes's semiotic studies in conjunction with Bardin's content analysis system.

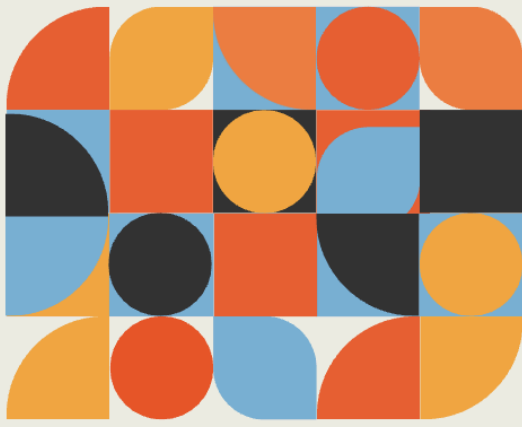
**Keywords:** Feminine Ideology; Fashion; Vogue America.

<sup>1</sup>Graduada em Moda pela Universidade Veiga de Almeida (UVA) e em Cenografia e Indumentária pela Escola de Teatro da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO). Pós-graduanda na especialização Moda, Arte e Cultura pelo Instituto de Artes e Design da Universidade Federal de Juiz de Fora (IAD/UFJF).

<sup>2</sup> Graduada em Design de Moda pelo Centro Universitário IESB. Pós-graduanda em Moda, Arte e Cultura pelo Instituto de Artes e Design da Universidade Federal de Juiz de Fora (IAD/UFJF).

<sup>3</sup> Professora da Faculdade de Comunicação Social da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). Doutora em Educação, mestre em Comunicação, ambos pela UFJF, e especialista em Moda, Arte e Cultura, também pela UFJF. Coordenadora da especialização em Mídias na Educação, oferecida pela Universidade Aberta do Brasil, por meio do Centro de Educação a Distância e da Faculdade de Comunicação (UAB/Cead/Facom/UFJF).





# 20<sup>º</sup> COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTEIA BADUY PIRES  
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO  
DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

## Introdução

Com 133 anos de idade, a Vogue não é apenas uma revista líder de mercado de periódicos femininos, popularmente chamada de bíblia da moda, ela é consolidada como uma das marcas mais conhecidas no mundo ditando padrão de moda e beleza nos 25 territórios em que ela é publicada. Em sua primeira edição, em 17 de dezembro de 1982, a carta inaugural escrita aos leitores dizia (Miralles, 2021, p.19): ‘O propósito definitivo [deste empreendimento] é a criação de uma revista digna e autêntica sobre a sociedade, moda e o aspecto cerimonial da vida.’

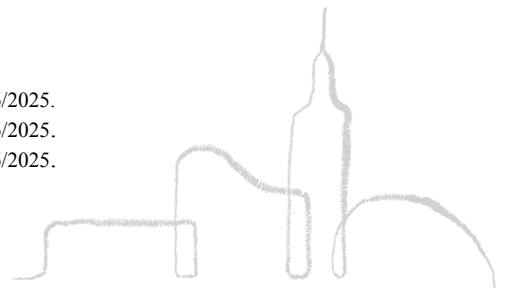
Podemos dizer que o plano inicial se cumpre até a atualidade com destaque para o aspecto cerimonial da vida que ela se refere. Trata-se do conjunto de regras que regiam o modo de vida das altas esferas da sociedade nova iorquina, os bem sucedidos da época. A busca pelo sucesso é inerente ao ser social, o criador da publicação gera um produto que pavimenta um suposto alcance desse lugar às leitoras que consomem a revista, ela constroi um ideário feminino do que é ser vitoriosa na comunidade que está inserida. Numa breve análise das capas da revista é possível perceber que as mulheres que nela estão triunfam belíssimas incluídas nos padrões de beleza vigentes de cada época.

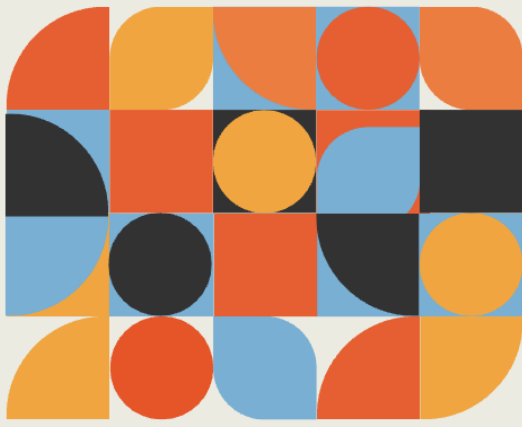
O objetivo desta pesquisa é identificar elementos que possam representar o ideário feminino de diferentes épocas a partir da análise das capas da Vogue. O recorte escolhido visa traçar uma comparação entre três capas de edições publicadas em um intervalo de tempo de 50 anos: agosto de 1900<sup>4</sup>, agosto de 1950<sup>5</sup> e agosto de 2000<sup>6</sup>. A seleção sucedeu mediante pesquisa documental através do arquivo público da revista, disponível em formato digital, buscando perceber como a moda se modifica refletindo movimentos sociais e culturais de cada época. Com a intenção de refletir e também influenciar a vida da alta sociedade e da classe média, buscaremos responder a questão por meio da metodologia de análise de conteúdo (BARDIN, 1977), com enfoque sobretudo na indumentária.

<sup>4</sup> Capa da Vogue de agosto de 1900. Disponível em <https://archive.vogue.com/issue/19000809>. Acesso em 23/06/2025.

<sup>5</sup> Capa da Vogue de agosto de 1950. Disponível em <https://archive.vogue.com/issue/19500815>. Acesso em 23/06/2025.

<sup>6</sup> Capa da Vogue de agosto de 2000. Disponível em <https://archive.vogue.com/issue/20000801>. Acesso em 23/06/2025.





# 20<sup>º</sup> COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTEIA BADUY PIRES  
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

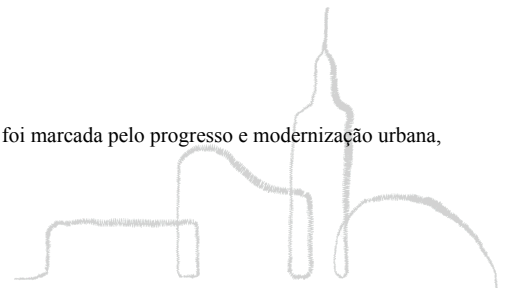
FAAP - SÃO PAULO  
DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

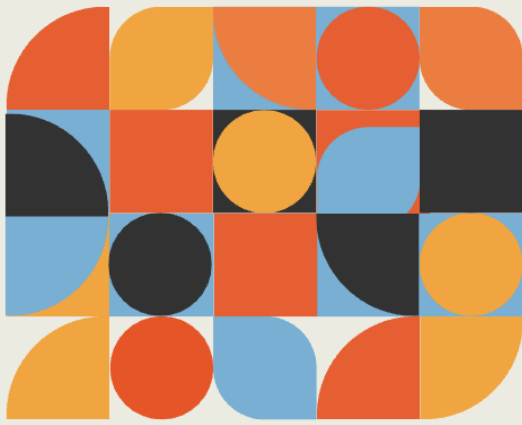
## Padrões de Beleza na Sociedade

Para o desenvolvimento da pesquisa, será utilizada a metodologia de análise de conteúdo (Bardin, 1977), perpassando os processos em cada etapa, iniciando pela leitura flutuante do acervo digital da revista, seguindo para a seleção das capas a serem analisadas em concordância com o recorte temporal, a organização do material por critérios de repetição e homogeneidade, concluindo com a interpretação dos elementos de acordo com os objetivos da pesquisa. Com enfoque sobretudo na indumentária, compreendendo o vestuário como comunicação não-verbal, a análise da composição do traje ocorre a partir da semiologia de Barthes (1979), que distingue três modos de apresentação do vestuário: como imagem, enquanto forma visual; como escrita, pela descrição que abarca elementos visíveis e não visíveis; e como realidade material, vinculada ao objeto material em si.

Com Barnard (2013, p. 54), compreendemos como a moda e indumentária por meio do modelo de comunicação semiótica podem “ser usadas para dar sentido ao mundo e às coisas e pessoas nele inseridas”, não só refletindo ideários, mas participando do processo de definir o papel social de classe e gênero dentro desse recorte temporal. Ao contextualizar historicamente as diferentes épocas selecionadas para análise, utilizando autores como Laver (1988) e Braga e Prado (2011), percebe-se, na virada do século XIX para o XX, a necessidade de reforçar o lugar da mulher da alta sociedade como alegoria e exibição de poder do homem. Este período, conhecido como Belle Époque<sup>7</sup>, possui como ideal de beleza feminino o romantismo e a delicadeza, influenciado pela Era Vitoriana e por movimentos artísticos no início de 1900, como o Art Nouveau - com elementos orgânicos inspirados na natureza. Tais influências tinham como principal peça o espartilho, produzindo a silhueta ampulheta com a cintura bem marcada “na intenção de ser tão finas quanto a circunferência do pescoço”, como diz Braga e Prado (2011, p. 59), acentuando também o busto, ao que chamaram de “monobusto”, causando uma postura peculiar semelhante ao S ou efeito de um peito de pombo.

<sup>7</sup> *La Belle Époque* ou Bela Época corresponde à última década do século XIX e primeira década do século XX, foi marcada pelo progresso e modernização urbana, artística, cultural e tecnológica, influenciando também a moda.



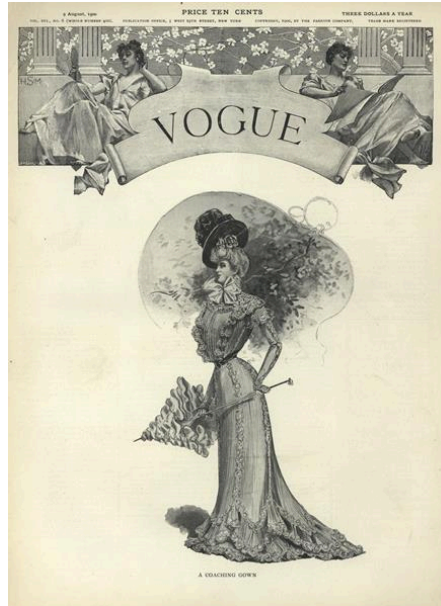


# 20<sup>º</sup> COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTEIA BADUY PIRES  
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

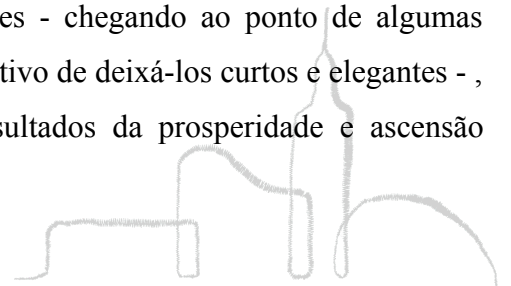
FAAP - SÃO PAULO  
DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

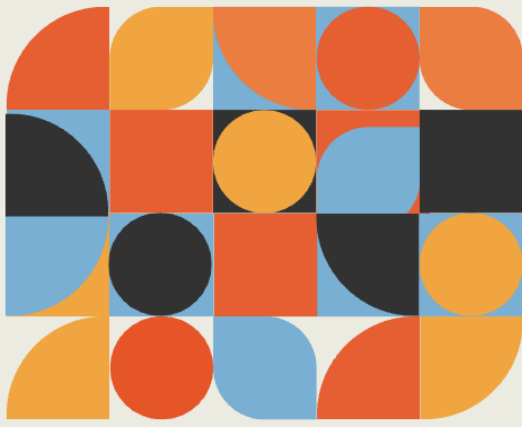
**Figura 1:** Capa da Vogue de agosto de 1900



Fonte: Vogue Archive

Observando a capa de agosto de 1900, nos deparamos com a imagem centralizada de uma mulher madura, usando um vestido com silhueta típica do período, com detalhes em renda no busto - que ajudam a ressaltar os seios - ombros, braços e por toda saia evasê, incluindo as barras em camadas cobrindo os pés. Seus cabelos, presos em um coque no topo da cabeça, idealmente longos, simbolizavam a feminilidade e o erotismo da época, sendo soltos apenas em momentos íntimos. E, ao lado dele, notamos um chapéu inclinado para o lado direito, de maneira que parece preso ao penteado. Em sua mão esquerda segura uma sombrinha com diversas camadas de babados, bem semelhantes ao que possui por todo vestido. O uso da sombrinha era indispensável em lugares externos, assim como as luvas e mangas compridas, se a mulher quisesse preservar a aparência pálida, quase funérea, e promover sua distinção social das pessoas que precisavam trabalhar ao sol (Braga; Prado, 2011 p. 65). Todos os adornos e vestimentas, além de limitantes - chegando ao ponto de algumas mulheres usarem as “ligas de entrave” restringido seus passos com o objetivo de deixá-los curtos e elegantes - , colocavam as mulheres como ornamentos domésticos ambulantes, resultados da prosperidade e ascensão





# 20º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTEIA BADUY PIRES  
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

socioeconômica de seus maridos ou pais.

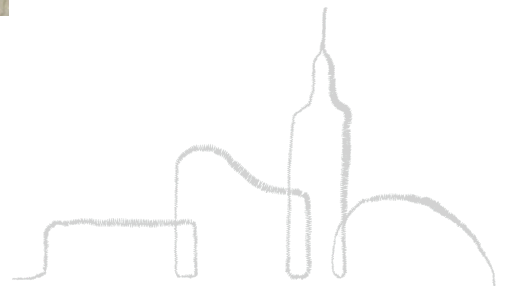
Chapéus, ou toucas, sapatos, saias (juntamente com o resto dos "drapeados") e o seu cabelo comprido, tudo atrapalha a mulher e a deixa completamente incapaz de "emprego útil". Todas essas coisas impedem uma mulher de fazer algo remotamente parecido com o trabalho e são, portanto, parte do processo de sinalizar que a sua posição de classe não permite que ela trabalhe. (Barnard, 2013, p. 165).

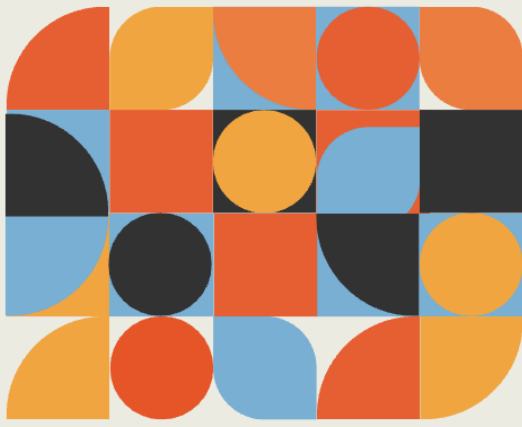
Tais expectativas limitantes impostas às mulheres, iniciadas no final do século XIX, segundo Barnard, persistiram no século XX. Após um período de masculinização e grande escassez no âmbito da moda e da beleza – consequência da Segunda Guerra Mundial, as mulheres da década de cinquenta vivenciaram um período glamouroso, porém, abraçado pelo tradicionalismo e pela moral da época, que ainda designavam as mulheres ao casamento e serviços domésticos. Foi Dior, em 1947, com o *new look*, o responsável pela volta modernizada da ultrafeminilidade, se inspirando na grande ostentação e extravagância da *Belle Époque* contrariando toda masculinização e utilitarismo, consequência da guerra, que permitiam a praticidade e liberdade no vestuário feminino.

**Figura 2:** Capa da Vogue de agosto de 1950



Fonte: Vogue Archive





# 20º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES  
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO  
DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

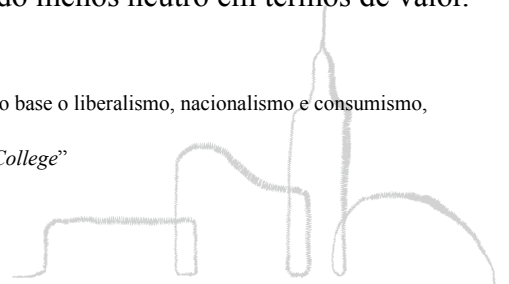
Em contrapartida a esse tradicionalismo influenciado não só pela moda, mas pelo retorno no pós-guerra à procura por estabilidade e ao ideal de vida conhecido como *american way of life*<sup>8</sup>, as mulheres conquistaram o direito à busca pelo intelecto no ambiente acadêmico. Prosseguindo com o contexto histórico, avançando cinquenta anos, podemos visualizar na capa de agosto de 1950 esta dualidade entre seguir com a moda ultrafeminina tradicional, representada pelas cores neutras, os detalhes em vermelho, o colar delicado de pérolas, o fundo claro contrastando com o *tailleur de* cor preta, com silhueta de cintura marcada e sem pele à mostra. E, ao mesmo tempo, dar espaço a um futuro feminino mais independente, jovial e livre. Na parte textual da capa, temos “Edição Universitária: Modas com estilo americano para garotas inteligentes, dentro e fora das universidades”<sup>9</sup>, indicando o direito a escolhas para além do ambiente doméstico. A quantidade de acessórios no *look* não é em vão, em um período considerado “os anos dourados”, as luvas, jóias, bolsas e chapéus eram uma amostra da ostentação de uma vida sem escassez, se opondo ao objetivo de uso dos mesmos acessórios que vimos na época analisada anteriormente, que tinham como finalidade manter a mulher como objeto decorativo sinalizando o status econômico masculino, limitando sua atuação em espaços externos. Sendo assim

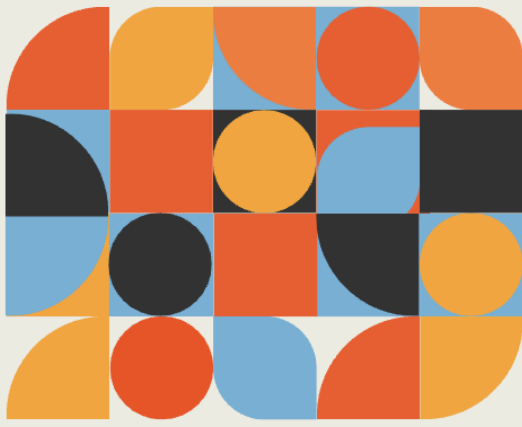
Percebe-se que, na década posterior à do término da Segunda Guerra Mundial, já começavam a aparecer duas correntes comportamentais de moda: a moda adulta, sofisticada e nitidamente influenciada pelas referências francesas, e a incipiente moda jovem, enunciada pelas estudantes universitárias, advindas da influência college norte-americana. A manutenção do refinamento, de um lado, e o início da transgressão, de outro. (Braga; Prado, 2011, p. 195)

Seguindo com o contexto histórico acima, Svendsen (2004) pontua que ao examinarmos as fotografias de moda da década de cinquenta, percebemos que o foco principal na imagem de jovens mulheres está nas roupas. Porém, na década de sessenta – com uma maior relevância da juventude – notamos uma quantidade maior de pele a mostra, colocando a roupa em segundo plano, o que se intensificou gradualmente nos trazendo a uma contemporaneidade que: ‘Em vez de apresentar roupas, busca-se cada vez mais apresentar uma imagem em que o corpo do modelo é portador de valores simbólicos. O corpo nu é tudo menos neutro em termos de valor.’

<sup>8</sup> *American way of life* ou “estilo de vida americano”, consolidou-se após a Segunda Guerra Mundial e tem como base o liberalismo, nacionalismo e consumismo, afirmando a possibilidade de prosperidade e sucesso através da meritocracia.

<sup>9</sup> Tradução nossa para: “COLLEGE ISSUE, AMERICAN ACCENT FASHIONS for the Smart Girl in and out of College”





# 20º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTEIA BADUY PIRES  
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

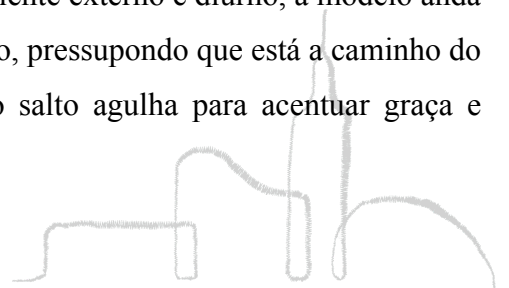
(Svendsen, 2004, p. 58-59). Portanto, ao adentrar na virada do século XX para o XXI, encontramos mulheres mais independentes e com certa autonomia circulando em diversos espaços na sociedade – devido aos movimentos feministas posteriores às décadas até aqui analisadas –, entretanto, ainda assombradas por uma pressão social agora não só imposta por meio de roupas nas imagens de moda, mas diretamente através de seus corpos.

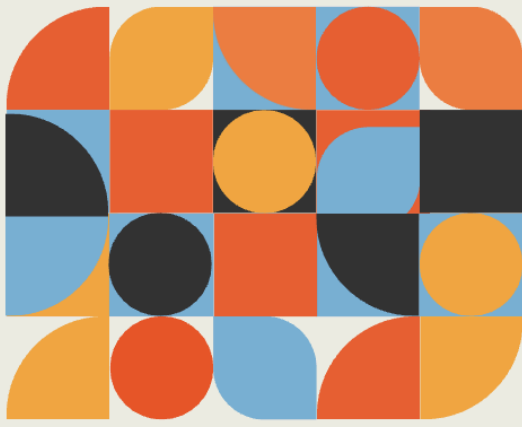
**Figura 3:** Capa da Vogue de agosto de 2000



Fonte: Vogue Archive

Na capa de agosto do ano 2000, ao observarmos uma mulher jovem, branca, loira e magra, percebemos como ainda persistia o ideal de magreza promovido pelas revistas de moda no início da década anterior (Miralles, 2020, p. 237) que tinham como referência as supermodelos. ‘Anoréxicas ou torneadas fizeram tanto sucesso que superaram em fama as estrelas de cinema e da música pop e trouxeram para a moda e para seus respectivos bolsos cifras incalculáveis’ (Braga, 2022, p. 136). Em um ambiente externo e diurno, a modelo anda de maneira performática como se desfilasse em cima de um salto alto fino, pressupondo que está a caminho do trabalho. Cabe ressaltar que, nos anos cinquenta, Roger Vivier criou o salto agulha para acentuar graça e





# 20<sup>º</sup> COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTEIA BADUY PIRES  
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO  
DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

fragilidade a proposta da silhueta de Dior (Braga; Prado, 2011, p. 194), se tornando posteriormente um símbolo também da sensualidade feminina. O salto aqui infere a função de amenizar a masculinidade e formalidade trazida pelo vestuário.

O subtítulo na capa “Edição Terno<sup>10</sup>” enfatiza o look composto por um blazer levemente acinturado, bolsos externos e dois botões fechando até o centro do peito, formando um decote que deixa aparente uma camiseta branca por baixo. A calça acompanha o contorno do corpo, abrindo suavemente ao chegar na barra – assim como as saias dos vestidos de 1900 – semelhante ao formato de um sino. A imagem destaca como a revista de moda contemporânea apresenta mulheres trabalhadoras como poderosas, líderes e bem-sucedidas através de uma “representação masculina”. O uso do terno ao mesmo tempo que impõe uma aparência feminina delicada – como podemos visualizar na beleza com as sobrancelhas finas, olhos com contorno preto, o cabelo liso em corte chanel, solto e partido ao meio – reflete naturalidade junto ao batom rosa e as unhas pintadas em tom claro. Elementos estes que transitam entre sensualidade e poder, delicadeza e fragilidade, como Miralles diz em ‘As mulheres deviam ser tentadoras, mas não prontamente disponíveis; de espírito livre, mas não desenfreadas; confiantes sem ser agressivas. Independentemente das mudanças que ocorram nas leis, a pressão social pode ser percebida como a verdadeira luta’ (Miralles, 2020, p. 237).

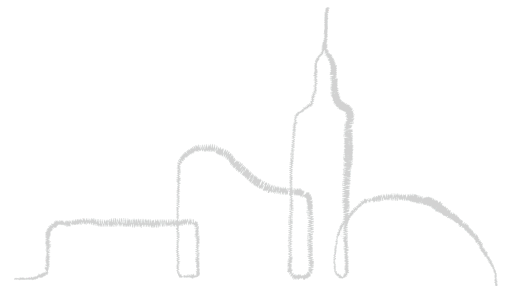
Diante do exposto, notamos como nessa edição – em comparação à do ano de 1950 –, as imagens textuais aumentaram, possuindo indicações que as temáticas vão além dos acessórios e looks. Como exemplo, destacamos as seguintes chamadas: “Comprando genes: o melhor banco de espermatozoides do mundo<sup>11</sup>” e “Creme de 500 dólares: seu rosto vale isso<sup>12</sup>?”. Esses subtítulos reforçam como o corpo e seu valor simbólico, nesta década, são mais importantes do que o vestuário em si. Estando diretamente associados ao sistema capitalista vigente, não se restringem unicamente ao consumo de moda, mas oferecem novas possibilidades de reproduzir normas sociais, como a compra de genes.

## Análise das Capas da Vogue

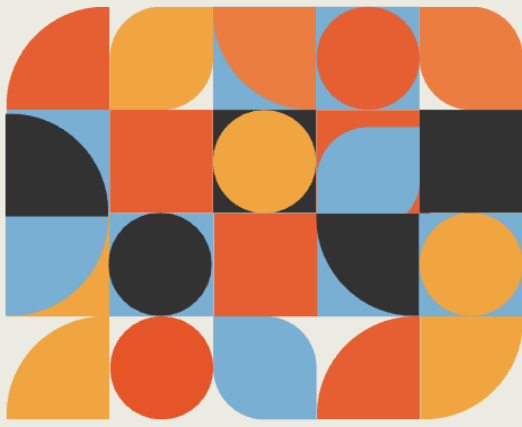
<sup>10</sup> Tradução nossa para “*The Suit Issue*”.

<sup>11</sup> Tradução nossa para “*Shopping for Genes: The World’s Best Sperm Bank*”.

<sup>12</sup> Tradução nossa para “*The \$500 Cream: Is Your Face Worth It?*”







# 20º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTEIA BADUY PIRES  
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

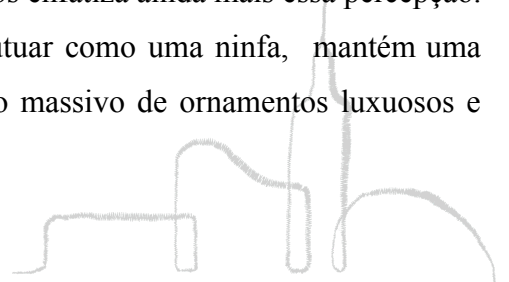
FAAP - SÃO PAULO  
DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

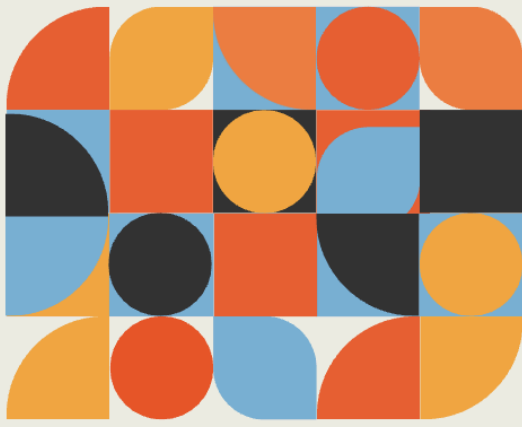
A partir da apresentação das características sociais de cada época e da descrição dos elementos representativos encontrados nas capas escolhidas como recorte desta pesquisa, buscaremos desenvolver nossa interpretação a partir de duas categorias temáticas (Bardin, 2011) que possam nos ajudar a compreender o ideário feminino de cada época. As categorias são: 1) **A casa e a rua** (a fim de identificar elementos que mostrem o lugar da mulher na sociedade); 2) **Beleza e sensualidade** (interpretando as peças em seu contexto buscando compreender também esses aspectos do ideário). Em cada categoria, pretendemos olhar para os três modos de apresentação do vestuário (Barthes, 1979), analisando as imagens, o texto e a realidade material por traz do conjunto apresentado.

Sobre a categoria temática “**A casa e a rua**”, nos causa impressão conceber que o direito da mulher de se movimentar livremente pelos ambientes privados e públicos é uma conquista relativamente recente, causa uma certa estranheza nos dias de hoje. A mulher do final do século XIX conquista essa aparente livre circulação sob forte olhar condenatório, como relata o periódico Revista Feminina em agosto de 1890 (*apud* Del Priore, 2004, p. 64).

Hoje em dia, preocupada com mil frivolidades mundanas, passeios, chás, tangos e visitas, a mulher deserta do lar. É como se um templo evadisse um ídolo. É como se um frasco se evolasse um perfume. A vida exterior, desperdiçada em banalidades, é um criminoso esbanjamento de energia. A família se dissolve e perde a urdidura firme ancestral dos seus liames.

A capa da Vogue de 1900, ainda em versão ilustrada, revela esse espírito daquela época retratando por meio da ambientação do espaço, do vestuário e do gestual feminino como uma mulher deveria se comportar estando nesses diferentes espaços. No alto da imagem vemos a figura de uma mesma mulher em dois momentos, num extremo lendo um livro/revista e do outro lado segurando um espelho, parece fitar sua própria imagem. Em um ambiente aparentemente doméstico temos um plano de fundo floral com quatro elementos que se assemelham à coluna romana/grega, sugerindo assim um ideal de beleza e comportamento clássico e conservador que o periódico pretendia imprimir. A imagem da mulher com postura “milimetricamente” relaxada usando um vestido de tecido fluido e solto do corpo sem acessórios enfatiza ainda mais essa percepção. No centro da capa temos uma figura feminina que apesar de parecer flutuar como uma ninfa, mantém uma postura engessada por conta do espartilho e também impecável pelo uso massivo de ornamentos luxuosos e





# 20<sup>º</sup> COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTEIA BADUY PIRES  
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO  
DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

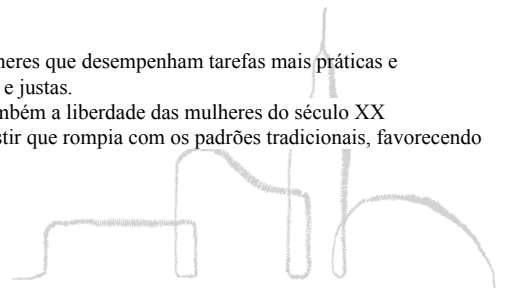
volumosos. Ela parece se exibir em algum jardim público já que a representação em segundo plano esboça figuras semelhantes a folhagens e a copa de uma árvore.

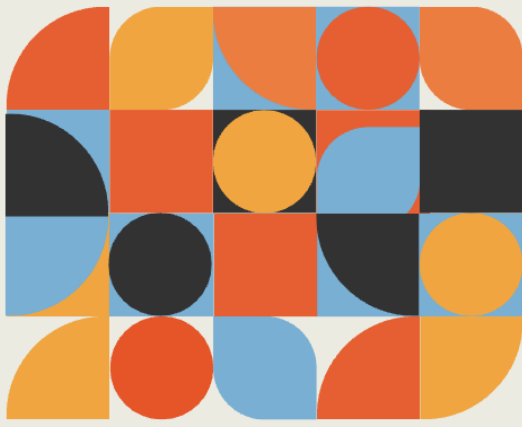
Na capa de 1950 encontramos a fotografia de uma jovem mulher em destaque num fundo branco que faz as roupas e os acessórios por ela usados se tornarem os atores principais do retrato. Em segundo plano temos o nome do periódico e logo abaixo do cotovelo, na linha da cintura, o enunciado que nos dá pista sobre quem é essa mulher retratada: “Edição Universitária: Modas com estilo americano para garotas inteligentes, dentro e fora das universidades”. Cinquenta anos depois, a mulher da *Vogue* sai do território doméstico não apenas para ser vista, ela faz esse movimento em busca de estudo e conhecimento na intenção de alcançar a emancipação. O traje de estilo *Utility*<sup>13</sup> estampado na capa parece fazer alusão a uma figura ícone que representa essa revolucionária ideia de liberdade feminina da época, Coco Chanel<sup>14</sup>. Apesar de ainda reclusa, por conta da guerra na data de lançamento da edição analisada, ela mantinha e até este momento mantém, notório reconhecimento no campo do estilo e da moda como exemplo de elegância, conforto e simplicidade, assim como de independência. O uso de boina vermelha, acessório que também compõe o guarda roupa masculino, em conjunto com o colar de pérolas, brincos dourados e batom vermelho, associados ao *tailleur* acinturado e a postura confiante, porém ainda contida da modelo, representam esse esboço de conduta que a mulher deveria seguir no período, ser progressista na medida ao mesmo tempo em que esbanja feminilidade.

A mulher da capa de 2000 aparenta se sentir completamente livre na rua, na imagem podemos perceber que ela caminha visivelmente à vontade no espaço público, seu gestual que ocupa os quatro espaços da página conta isso. Ela usa itens do vestuário masculino que ao decorrer do século foi sendo adotado e adaptado ao corpo da mulher, que nessa década já se encontra autônoma para escolher engravidar sem a presença ativa de um homem em sua vida. O terno e a bolsa, similar ao formato de maleta, na atualidade se tornam signos de uma atitude máscula que a mulher precisa ter no ambiente de trabalho. Apesar do uso evidente de peças que trazem

<sup>13</sup> Utility - estilo de se vestir que expressa a ideologia de feminilidade no pós guerra, geralmente usado por mulheres que desempenham tarefas mais práticas e funcionais. É caracterizado pelo uso de conjuntos que desenham a silhueta com ombros quadrados e saias curtas e justas.

<sup>14</sup> Coco Chanel (☆ 19/08/1883 † 10/01/1971) - icônica estilista francesa que moldou não apenas a moda mas também a liberdade das mulheres do século XX desafiando convenções e criando um legado atemporal de elegância e empoderamento. Criou um estilo de se vestir que rompia com os padrões tradicionais, favorecendo o conforto e a elegância.





# 20º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTEIA BADUY PIRES  
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO  
DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

essa leitura de uma imagem que busca características masculinas para si, destacamos o uso da sandália de salto fino como marcador indiscutível de feminilidade assim como limitador de mobilidade.

Sobre a categoria temática **“Beleza e sensualidade”**, temos na capa de 1900 o uso de uma peça que não podemos ver mas que facilmente identificamos: o formato de S que deforma o corpo realçando o busto é alcançado com a ajuda de um espartilho que tornava a mulher fraca e impotente, o sexo frágil (Lurie, 1997, p.230)

[...] a mulher vestida com elegância corava e desmaiava facilmente, sofrendo de falta de apetite e problemas digestivos, e se sentia fraca e exausta após qualquer esforço maior. [...] Com essa roupa era difícil se movimentar ou caminhar vigorosamente, e quase impossível correr. Mas na época as mulheres não “caminhavam”, já que, no discurso polido não tinham pernas - ao invés disso “deslizavam” ou se “arrastavam” pelo chão, como máquinas de varrer - e certamente não corriam. Em uma emergência o melhor a fazer era desmaiar, contando com a proteção do cavaleiro mais próximo.

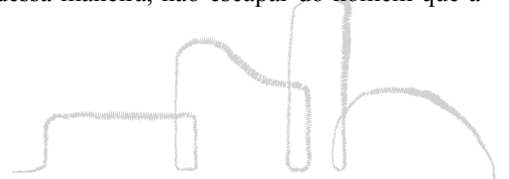
A fragilidade que a peça de roupa impõe além de sinônimo de sensualidade também funcionava como arma para sedução masculina, ainda que extremamente prejudicial à saúde. A mulher da capa de 1950 usa um acessório cinza que servia de instrumento regulador da sexualidade, as luvas (Lurie, 1997, p. 255).

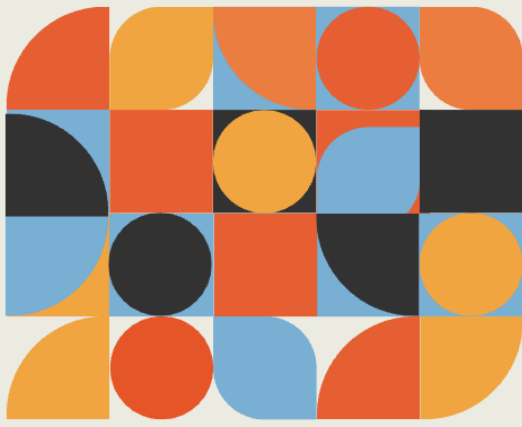
Mais recentemente, na década de 50, uma mulher bem educada usava luvas - geralmente de algodão, curtas e brancas - sempre que fosse apresentada a estranhos. Se as esquecesse e tivesse de tocar a mão de um homem estranho, estava ciente de ter feito - inadvertidamente ou não - um gesto sexual.

Ora, uma jovem mulher inteligente que está em busca de sua independência não se deixaria expor tão facilmente. Ciente de que conhecerá muitas pessoas fora de sua casa, ela se resguarda e só se revela se a convém.

Já na capa de 2000 salta aos olhos o calçado usado pela mulher retratada. Uma sandália de salto bege altíssimo, que usado na vida real se torna uma tarefa dolorosa e exaustiva tornando difícil a concentração nas tarefas laborais, mas que ainda assim é parte do traje indispensável no guarda roupa de uma mulher bela e sexy (Lurie, 1997, p.240)

Os sapatos de salto alto e bico fino, que durante maior parte do século foram essenciais no vestuário feminino, são considerados sexualmente atraentes em parte por fazerem as pernas parecerem mais longas - uma perna longa é sinal biológico da disponibilidade sexual em várias espécies animais - e porque produzem o que os antropólogos chamam de “corte pomposa”. [...] O andar pausado, nas pontas dos pés, é considerado provocante - talvez porque garanta à mulher, dessa maneira, não escapar do homem que a corteja.





# 20<sup>º</sup> COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTEIA BADUY PIRES  
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO  
DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

O fato é que o guarda roupa feminino ao longo do período de 100 anos são exemplos que instauram o pensamento de que as roupas que tornam difícil a vida da mulher e as colocam em desigualdade na disputa com os homens são sempre vistas como sexualmente atraentes pelos dois gêneros.

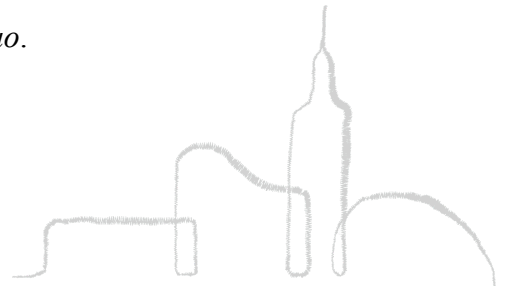
## Considerações Finais

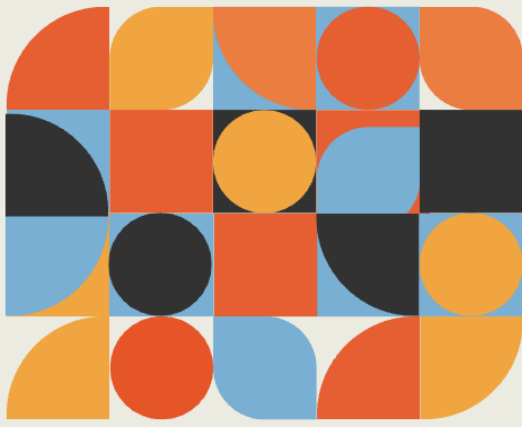
Para este artigo identificamos elementos que representam os ideários femininos no recorte temporal escolhido ao realizarmos a análise por meio dos padrões de beleza presentes nas sociedades e interpretarmos a partir das categorias: a casa e a rua, beleza e sensualidade.

Inicialmente, notou-se na capa de 1900 a necessidade de reforçar o lugar da mulher da alta sociedade como alegoria e exibição de poder do homem. Ao conquistar o direito a circular em espaços para além do doméstico, ainda se vê limitada pelo espartilho e forte julgamento da sociedade. Prosseguindo para a capa de 1950, pós Segunda Guerra Mundial, foi possível observar a dualidade do retorno da feminilidade e da tentativa de levar a mulher novamente às atividades exclusivas da casa, contrapondo-se ao início de um comportamento feminino transgressor. Os espaços se alargaram concedendo à mulher o direito ao conhecimento através da ida às universidades, mas sem se expor, destacando o uso das luvas como regulador de sexualidade.

Concluindo com a capa de 2000, visualizamos como ao longo das décadas a mulher conquistou alguma autonomia. Entretanto, na contemporaneidade vê seu corpo subordinado a um valor simbólico maior, vinculado não só ao vestuário e consumo de moda – com ênfase na sandália de salto alto fino, que se torna um marcador indiscutível de feminilidade assim como limitador de mobilidade – mas a novas oportunidades de reproduzir normais sociais através de uma suposta liberdade de escolha.

Sendo assim, constatamos como a Vogue, salientando o fato da indústria da moda estar inserida na ideologia capitalista (consequentemente a revista reproduz comportamentos desse sistema), atua como importante agente de comunicação influenciando o ideário feminino ao longo das décadas analisadas, ora cooperando para mudanças sociais significativas, ora mantendo o *status quo*.





# 20<sup>º</sup> COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTEIA BADUY PIRES  
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO  
DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

## Referências

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BARNARD, M. **Moda e Comunicação**. Rio de Janeiro, Brasil: Rocco, 2013.

BRAGA et al. **História da Moda no Brasil**: das influências às autorreferências. [s.l.]: Disal Editora, 2011.

BRAGA, João. **História da moda**: Uma narrativa. [S.l.]: D'Livros Editora, 2022.

DEL PRIORE, Mary. **Corpo a corpo com a mulher: pequena história das transformações do corpo feminino no Brasil**. São Paulo: Editora Senac, 2000.

**Explore the complete Vogue archive**. Disponível em: <<https://archive.vogue.com/>>. Acesso em: 5 jun. 2025.

LAVIER, James. **A roupa e a moda**. Uma história concisa. São Paulo: Companhia das Letras, 1988.

LYRIO HEINZELMAN, F. et al. Corpos em revista: a construção de padrões de beleza na Vogue Brasil. DOI - [10.5752/P.1678-9563.2012v18n3p470](https://doi.org/10.5752/P.1678-9563.2012v18n3p470). **Psicologia em Revista**, v. 18, n. 3, 2013.

LURIE, Alisson. **A linguagem das roupas**. Rio de Janeiro. Editora Rocco, 1997.

MIRALLES, Nina-Sophia. **Nos bastidores da Vogue: A história da revista que transformou o mundo da moda**. [S.l.]: Record, 2022.

SVENDSEN, Lars. **Moda: uma filosofia**. [S.l.]: Editora Schwarcz - Companhia das Letras, 2010.

