



A representação feminina na revista Vogue America nas décadas de 1950 e 2000¹

Saulo BATISTA²
Liziane GUAZINA³

Universidade de Brasília, Brasília, DF.

RESUMO

As questões suscitadas nesse artigo buscam dar uma visão clara da representação da mulher na mídia a partir da revista Vogue America. Este trabalho consiste em analisar de maneira crítica as imagens de figuras femininas publicadas na revista Vogue, comparando-as através de duas décadas para que se possa compreender qual é a representação da mulher para a sociedade de acordo com o período e como se deu essa mudança. Busca-se traçar dados históricos com a análise sobre as diferenças e semelhanças da identidade feminina em cada época mostrando assim que as revistas de moda também participam da construção do imaginário e fazem uma leitura da sociedade a qual está inserida.

PALAVRAS-CHAVE: Moda; Fotografia; Editorial; Revista Vogue; Identidade feminina; Mulher; Beleza.

INTRODUÇÃO

A mulher conquistou nos últimos cinquenta anos novas funções e direitos equiparando-as ao sexo oposto. Na década de 50, as mulheres passaram a trabalhar em fábricas, mas somente durante o período de guerra, por falta de mão de obra, elas ainda tinham um papel bem diferente dos homens na sociedade. Mas qual exatamente era ele? A mesma indagação se coloca quanto às mulheres modernas. Após tantas conquistas, a mulher ganhou novas funções, mas não perdeu as antigas, o que parece ter havido foi um acúmulo de papéis ao longo da história. A mulher atual vive uma condição

¹ Trabalho apresentado no IJ 2 – Publicidade e Propaganda do XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, realizado de 8 a 10 de junho de 2011.

² Estudante de Graduação do 4º semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da Universidade de Brasília, UnB, email: saulocas@gmail.com

³ Professora Orientadora do Curso de Comunicação Organizacional da Universidade de Brasília, UnB, email: liziane.g@uol.com.br



paradoxal e um papel dual, a chamada “jornada dupla” da mulher. Qual seria então a mulher representada nas revistas femininas hoje? Ela realmente se difere muito da representada da década de 50? Nesse contexto se insere a problemática de tal pesquisa.

Ao lidar com o problema, objetiva-se a pergunta: qual é e como pode ser percebida a transformação da identidade feminina, do ponto de vista físico e psicológico, na revista *Vogue America* na década de 50 em comparação à década de 2000?

A comparação foi feita entre esses dois importantes períodos, pois há uma grande discrepância de ideais, realizações, representações e padrões entre tais. A década de 50 foi escolhida, pois foi a partir dessa década, a do pós-guerra, que as imagens dos editoriais da revista *Vogue* passaram a ser todas fotografias ao invés da mistura de fotografias e ilustrações e busca-se igualar o objeto de análise. Não seria coerente comparar as imagens da última década com as ilustrações dos anos 20, por exemplo, já que novas linguagens surgem com novas técnicas e ferramentas. Utilizamos os editoriais da década de 2000 pois é a década mais próxima dos dias atuais em que se realiza a pesquisa, havendo maior tempo para a mudança dos aspectos e padrões analisados.

Assim, como proposto na disciplina de Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação, disciplina do curso de Graduação de Comunicação Social da Universidade de Brasília, o trabalho teve como objetivo analisar de maneira as imagens de figuras femininas publicadas na revista *Vogue*, comparando-as através de duas décadas. Dessa forma, buscamos compreender qual é a representação da mulher para a sociedade de acordo com o período, e como se deu essa mudança. Partimos do pressuposto que as revistas de moda não se resumem a uma função de entretenimento ou temática fútil, mas assim como outras mídias, participam da construção do imaginário e faz uma leitura da sociedade a qual está inserida.

Trabalhamos com a hipótese de que a representação da mulher pela *Vogue* deixa de ser a de dona de casa luxuosa e ingênua da década de 50 para mulher forte, independente e com atitude contemporânea. Surge, cada vez mais, a necessidade da perfeição. A mulher bela deixa de ser a mulher real para ser aquela aperfeiçoada nas edições de imagem. Essa possível resposta é a que será colocada à prova através da análise das fotografias, buscando esclarecer melhor a representação feminina através dos anos, criando uma idéia do caminho percorrido pelas mulheres, apesar desse não corresponder necessariamente à história delas.



Afinal, definir a história da mulher com suas perdas e conquistas é algo extremamente complexo, que permeia muitos outros assuntos. Não há como simplesmente seguirmos o tradicional roteiro de mulher submissa, desvalorizada e dona de casa à mulher independente, livre, profissional. Cada mulher tem sua própria história. O modo como elas costumam ser vistas, ou representadas, entretanto, tende a seguir um caminho, mesmo que por vezes haja retrocessos.

A moda deixa isso claro, através da padronização que sugere a cada época para os gêneros, e por isso foi a área escolhida para se aplicar a pesquisa. Mesmo que fique livre a cada um certa individualidade quanto ao que escolher e com quais detalhes e acessórios compor, a vestimenta continua sendo fruto de um certo padrão estético da época. A partir desses padrões determinados para cada gênero, é possível perceber como os outros deveriam ver a cada um. Exemplos de diferenciação ficam claros em trechos do livro *O Império do Efêmero*, de Lipovetsky:

“A grande novidade é, certamente, o abandono da longa e flutuante sobrecota em forma de blusão em proveito de um traje masculino curto, apertado na cintura, fechado por botões e descobrindo as pernas, modeladas em calções. Transformação que institui uma diferença muito marcada, excepcional, entre os trajes masculinos e femininos, e isso para toda a evolução das modas futuras até o século XX. O vestuário feminino é igualmente ajustado e exalta os atributos da feminilidade: o traje alonga o corpo através da cauda, põe em evidência o busto, os quadris, a curva das ancas. o peito é destacado pelo decote; o próprio ventre, no século XV, é sublinhado por saquinhos proeminentes escondidos sob o vestido (...)” (LIPOVETSKY, 2007, p. 29)

Outras diferenciações na moda vão ocorrendo com o passar dos anos. Segundo o mesmo autor, no século XIX a moda masculina se obscurece diante da feminina. “Os novos cânones da elegância masculina, a discrição, a sobriedade, a rejeição das cores e da ornamentação, a partir daí farão da moda e de seus artifícios uma prerrogativa feminina” (idem, p.37).



Essas muitas diferenças na aparência dos trajes entre os gêneros e suas leituras, traziam uma representação de funções muito distintas entre ambos e uma certa fragilidade e até submissão do sexo feminino. Mesmo que todas as mulheres não se portassem dessa forma, assim era vistas, ou melhor, representadas.

Entre a década de 60 e 70, a conduta do consumidor de moda, uma das grandes influenciadoras dos padrões entre gêneros passou a ser influenciada de maneira determinante pelos símbolos publicitários. Moda e mídia tomaram um caminho comum: servir de suporte uma à outra e engrossar mutuamente a extensa malha de mercado mediante a qual se produzem e oferecem novos produtos. Na difusão da moda via revistas e jornais, a fotografia adquiriu cada vez mais importância nesse mercado.

O cenário mundial nos anos 90 ainda ampliou essa importância. A revolução tecnológica que produziu intermináveis milagres eletrônicos globalizou o mundo e consolidou o fantástico potencial da comunicação através das imagens. A divulgação de produtos e pessoas se fazia de maneira incessante de modo que dificilmente alguém ficasse indiferente ou à margem desse processo. No mundo contemporâneo, quem se omite simplesmente desaparece. Essa revolução nas comunicações fez com que a fotografia adquirisse uma importância crescente.

A partir dos editoriais de moda e campanhas publicitárias é possível constatar que a edição americana da *Vogue* apresenta uma manifestação da sociedade onde está inserida. Para concordar, Sant'Anna cita que toda aparência constrói significados próprios ao grupo que constitui (SANT'ANNA, 2003). Esse grupo constitui uma identidade de moda criada pelo mercado consumidor americano que cria e constrói o conceito de glamour da sociedade. O público sofre a influência da comunicação de massa, mas também influencia inversamente na determinação de novos padrões. A função dos editoriais de revistas especializadas, como a *Vogue* (um dos principais veículos de que a moda se utiliza para a disseminação de novos conceitos) é perceber as flutuações constantes desse público.

Atualmente, essa representação da sociedade através das fotografias, principalmente as voltadas para o público feminino, acaba sendo um pouco distorcida em função de passarem, muitas vezes por um exagerado processo de edição. Segundo Santaella e Nöth, os processos de produção de imagem dividem-se em pré-fotográficos e pós-fotográficos. No primeiro caso, os autores dizem que a produção das imagens pré-fotográficas é dotada de uma materialidade. “Resulta desse processo, não só uma imagem, mas um objeto único, autêntico, fruto do privilégio da impressão originária,



daquele instante santo e raro no qual o pintor pousou seu olhar sobre o mundo, dando forma a essa olhar num gesto irrepitível” (SANTAELLA, L. e NÖTH, 1999).

A pesquisa, portanto, buscou responder as perguntas, dando uma visão mais clara da representação da mulher na mídia, partir da Revista Vogue America. O trabalho se dividiu na indicação de qual embasamento teórico foi utilizado, na descrição da metodologia aplicada e então, nas análises. As décadas serão apresentadas de forma cronológica em função dos aspectos analisados. Por fim, será feita uma comparação entre as representações, para ver qual foi a mudança que houve, podendo as considerações finais confirmar ou não a hipótese.

REFERENCIAL TEÓRICO

Por buscar uma representação da mulher nas imagens, assumindo, portanto, como premissa que a mulher retratada na revista não é necessariamente a mulher real, vemos a pesquisa embasada na Teoria da Representação, que aceita que a comunicação trabalha com um lado empírico e outro simbólico, por meio de representações que são entendidas de acordo com a cultura e experiência de cada grupo social.

“Haveria (...) um território do simbólico onde existe o processamento comunicacional e informacional. Este espaço teria um lado material (contexto social e meios de processamento) e outro ideal (processos e resultados simbólicos). Funcionaria como uma espécie de atmosfera essencial à vida, mesmo que existam diferenças de uso, efeitos e adaptação entre as classes e grupos sócio-culturais envolvidos.”
(LOPES, 2001)

Esse estudo foi, ainda, uma análise das linguagens não-verbais, mais especificamente das fotografias presentes nos editoriais de moda da revista Vogue e suas diferentes leituras, à luz da Semiologia ou Semiótica. Segundo Saussure (SAUSSURE, 1966), a semiologia é “a ciência que estuda a vida dos signos no seio da vida social”. Assim, a semiótica ajuda a entender a construção do significado. É uma ciência que cresce, à medida que nos aprofundamos no universo das linguagens, codificações e interpretações. O crescimento do ser humano, moral, social e intelectualmente, altera a percepção e a importância que se dá a cada signo.



A semiótica possibilita analisar as relações entre uma coisa e seu significado e tem como objetivo, o estudo de diversos fenômenos que geram significações distintas, de acordo com cada momento histórico e social, ligados a todas as formas de expressão, enquanto linguagem.

Assim, a teoria usada para embasar o estudo será a Análise Semiótica de Imagens no qual se busca relacionar uma certa sintaxe (relativa à forma) com uma semântica (relativa ao conteúdo). Com a teoria já estruturada, a análise semiótica possui um processo que pode ser descrito como uma dissecação seguida pela reconstrução da imagem semantizada, ou seja, o objetivo é tornar explícitos os conhecimentos culturais necessários para que o leitor compreenda a imagem.

A análise, entretanto, sofreu uma adaptação. A partir da análise visual com a caracterização dos elementos presentes em cada imagem de cada ano (década de 50 e 2000) e da construção de tabelas com categorias para cada imagem, será feito um relatório com padrões de cada categoria, sendo esses, somados, os padrões da década. Aos padrões encontrados, será aplicada a análise semiótica, buscando o conotativo de cada um.

Os passos, que seriam inventário denotativo das imagens e busca pela significação de cada um dos aspectos levantados foram adaptados. O inventário se manteve, sendo feito com cada uma das 20 imagens escolhidas, sendo 10 da década de 50 e 10 da década de 2000. A diferença é que o levantamento da conotação não será realizado com cada um desses aspectos encontrados.

Após feito o inventário e organizado em uma tabela, padrões foram descobertos para somente então, a esses padrões realizar a análise dos significados e assim incluir as referências para cada nível de significação.

METODOLOGIA

A metodologia adotada compreende duas perspectivas de coleta de dados. Primeiramente, foi realizada uma revisão bibliográfica, através da consulta documental com definições e citações de interesse. A segunda perspectiva utilizada consiste na análise comparativa, baseada na Análise semiótica, que será citada a seguir.

Para responder a pergunta central da pesquisa, foram analisadas as fotografias de moda da revista American Vogue das décadas de 50 e de 2000, sendo uma para cada ano, totalizando 20 imagens, portanto. A análise de tais consiste em uma análise



semiótica, baseada no texto de Gemma Penn (2002) que intitula: *Análise Semiótica de Imagens Paradas*, com algumas adaptações que serão esclarecidas e indicadas a seguir.

Inicialmente, foram coletadas imagens da década de 50 e de 2000 e então escolhidas uma foto para cada ano de ambas as décadas. A partir das fotografias disponíveis de cada ano, foram escolhidas aquelas que tivessem uma melhor visualização da modelo e do traje entre as outras do mesmo período, que não retratassem uma personalidade, exceto se essa fosse própria da moda, que não tivesse a temática do ensaio centrada em anos anteriores (os chamados *revivals*) e buscando ainda, quando possível, a variedade de fotógrafos. Esses critérios foram estabelecidos para evitar possíveis distorções e isolar a subjetividade do pesquisador.

Após a escolha das 20 fotografias, foi realizado um inventário denotativo em todas. Esse inventário é o sugerido no livro *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático* (BAUER e GASKELL, 2004). Com o inventário pronto, é possível então realizar uma busca por padrões (repetições expressivas) entre as várias figuras de uma mesma década. A partir de tal ato, é possível detectar características comuns à época e não à fotografia em si, podendo dessa forma responder à nossa hipótese posteriormente, já que essa se refere a décadas e não a imagens diferentes.

Os padrões descobertos foram então submetidos a uma segunda análise, em que se busca o significado conotativo de tais. Para que este seja realizado, foram levantadas referências de tais em literaturas anteriores e possíveis representações presentes no senso comum, ou seja, no imaginário geral, com a natureza da conotação sempre indicada, assim como o caminho de pensamento.

Com os significados conotativos indicados, termina-se a análise semiótica e é possível então perceber a representação feminina que há através das fotos, chegando a uma representação final para os anos 50 e 2000. A representação da mulher de uma década e de outra serão então comparadas, para que se confirme ou refute a hipótese citada anteriormente.

Análise Semiótica dos padrões estéticos

A partir do trabalho com vinte imagens selecionadas, uma para cada ano, de ambas as décadas, de acordo com o método proposto, chegou-se algumas categorias de aspectos analisados. É importante ressaltar aqui, que apesar de apresentarem colorações diferentes, esse aspecto não foi considerado na análise, pois não resulta necessariamente de uma escolha do fotógrafo e sim de uma limitação da ferramenta na época em que a



fotografia foi analisada. Da mesma forma, o físico não foi analisado visto que permanece constante nas duas décadas e não faz parte da hipótese sugerida inicialmente.

A partir da verificação dos dados organizados em tabelas, uma para cada década, foi possível verificar quais eram os padrões da época e onde não havia repetição expressiva. Esses padrões então passaram por uma análise de seu significado conotativo que será melhor indicada a seguir.

A década de 50 e suas representações

Etnia

A análise das imagens teve a etnia como maior grau de repetição: todas as mulheres eram brancas, não somente de cor como de traços. Esse fato é consequência clara da sociedade americana da época com um nível altíssimo de preconceito enraizado. Durante a segunda guerra, pouco antes das publicações, o preconceito chegou ao ponto de a cruz vermelha levar o plasma para os soldados negros separado dos para o branco. Com o fim da Segunda Guerra, já na década de 50, muitos negros começaram a sair dos subúrbios e ir para as vizinhanças urbanas, muitos brancos, então moradores de lá, se mudaram para não ter que conviver com os brancos.

A representação da mulher na revista Vogue como branca seria, portanto, a de uma mulher não pertencente ao subúrbio e que não trabalha fora de casa, já que essas eram as condições das negras. Concluindo ainda mais, a mulher da época seria então pertencente à uma boa classe social mesmo sem trabalhar, ou seja o marido era quem sustentava a casa e ela dependia inteiramente dele para manter o status que tinha.

Pose da Modelo

Nessa categoria, o observado foi bastante interessante e passível de uma análise não-verbal em continuação à semiótica. A maioria das modelos tem o olhar desviado da câmera, ou para as laterais ou para baixo. O livro *A Comunicação Não-Verbal*, explica bem esse ato:

“Entre os homens, assim como entre os animais, o modo de olhar reflete freqüentemente o status. (...) Quando um macaco-chefe capta o olhar de um subordinado, este abaixa os olhos ou olha de lado. (...) Provavelmente também parece certo que, entre os seres humanos, o executivo se considere no direito de olhar abertamente a secretária e que esta deveria olhar seus botões.”

(DAVIS, 1979, p.78)



Dessa forma, podemos interpretar que por ser representada com o olhar desviado, a mulher estaria sendo representada como submissa.

Traje

As roupas são também uma linguagem, assim como a fala, a escrita ou os gestos. A partir da escolha da roupa, a pessoa pode decidir como deseja ser vista na sociedade. Se em casos cotidianos isso parece difícil de compreender, basta considerar o caso dos padres ou dos punks. Ao olhá-los já é possível imaginar o grupo que se encaixa na sociedade e até mesmo possíveis traços de personalidade. Mesmo que essa representação não seja fiel ao verdadeiro ser, ela ocorre.

Na escolha dos trajes, portanto, a pessoa pode exercer seu narcisismo e decidir sua representação. O padrão observado na década de 50 foi o de vestidos, variando somente no corte e levemente no comprimento, já que o comprimento mínimo era na altura dos joelhos. A representação da mulher, portanto, engloba a representação decorrente do uso do vestido.

A significação própria dos vestidos, não é mistério mesmo para os leigos. Primeiramente, ela diferencia em extremo o homem e a mulher, principalmente quando o vestido é rodado. Por ser já concebido traje próprio das mulheres no senso comum ocidental, ele reforça o gênero ao ser usado.

Os vestidos são também associados ao luxo e à elegância na sociedade moderna ocidental, já que é o traje pedido em eventos de gala. A mulher de vestido, portanto, é a mulher feminina e luxuosa.

Cabelos

Os cortes curtos da época e os penteados e sua maioria preso, podem parecer indicar a uma primeira leitura um caminho de masculinidade e praticidade. A interpretação, porém, se faz diferente quando considerado o contexto vivido pelas mulheres na época.

Durante a Segunda Guerra Mundial, os Estados Unidos tiveram racionamentos em várias áreas, inclusive na de cosméticos e ir ao cabeleireiro não era mais algo cotidiano. As mulheres não podiam mais cuidar dos seus cabelos como antigamente, por isso surgem os cortes curtos e os penteados presos. Até mesmo os cachos eram consequência dessa privação, pois para dar “forma” aos cabelos, as mulheres que não tinham a mesma condição das modelos, os prendiam em cachos com grampos.



Uma análise precipitada poderia nos levar para outro caminho, mas após considerar o contexto, fica claro que todos esses aspectos que se tornaram padrões da época, mostravam apenas a tentativa das mulheres de permanecer bem cuidada. Quando considerado esse aspecto com outros como o traje e os chapéus fica ainda mais evidente a verdadeira representação: uma mulher que apesar das dificuldades, continua cuidando da sua aparência e preservando sua feminilidade.

Expressão Facial

Quanto à expressão facial, última categoria a ser analisada na década de 50, ficou evidente a repetição dos lábios cerrados sem expressar sorriso. De acordo com Flora Davis (1979), o sorriso tem significados diferentes, dependendo da cultura que for considerada e dentro de uma mesma cultura, ele ainda pode ter interpretações múltiplas, dependendo do tipo. Por essa razão, definir o sorriso é uma tarefa complicada.

O que, porém, pode ser percebido sem dificuldades é a ligação que o sorriso tem com a elegância e a moda no mundo atual. O ato de sorrir gera a sensação de casualidade e descontração, o que não é típico dos contextos citados anteriormente. Percebe-se, de fato, que em um desfile, as modelos costumam permanecer sérias para trazer esse ar de elegância e luxo à passarela. Ao sorrir, todo esse mundo de significação criado com os lábios cerrados, poderia vir água a baixo. A mulher, portanto, é representada mais uma vez como elegante e luxuosa.

A mulher dos anos 50

Ao compilar todos os aspectos apresentados anteriormente e suas devidas significações, é possível chegar à mulher representada nas páginas da revista Vogue America, por trás de tanto simbolismo.

Esta seria uma mulher extremamente feminina e bem cuidada. Quanto à sua função na sociedade, ela não trabalha e passa seu tempo em casa ou cuidando de sua vida social. A sua posição na “hierarquia” social é definida pela fragilidade e submissão que apresentam. Apesar de qualquer dificuldade é imprescindível que a mulher dos anos continue luxuosa e elegante.

Claro que existem exceções dessa representação durante os anos 50, mas é através dos padrões que podemos ter a visão geral da cena, pois se foi o mais repetido, foi a mensagem mais insistida, a qual era atribuído maior valor.

A década de 2000 e suas representações

Etnia



Os dados resultantes da análise da etnia nas fotografias de 2000 surpreendem os otimistas. O grau de repetição é o mesmo da década de 50. A sociedade norte-americana tem se afirmado muito menos preconceituosa nessa nova década, mas os dados nos dizem outra verdade.

A representação da mulher americana continua sendo, portanto, a de branca, caucasiana. Os significados associados à etnia já não são mais exatamente os mesmos da década de 50, mas se a sociedade permanece racista dessa forma que aparenta através dos dados levantados, ser branca ainda estaria, portanto ligado a ser pertencente de uma classe social mais alta.

Pose da Modelo

Em relação às poses das modelos vistas nos editoriais da década de 2000, foi visto um padrão característico entre elas. A maioria das modelos está de pé, de forma ereta ou mostrando um movimento não singelo do corpo. São movimentos muitas vezes bruscos, que mostram firmeza na movimentação. Não são poses que mostram uma mulher frágil e sensível, e sim uma mulher forte.

A posição ereta da mulher mostra a confiança que ela mesma construiu a favor de si própria com o passar dos anos e com a ascensão da mesma no mundo pós-moderno. A ideia de poses diferentes e não usuais, muitas vezes em movimento mostra também a flexibilidade que hoje em dia ela tem em fazer diferentes tarefas. É a mulher dona de casa, mãe, trabalhadora e que consegue mostrar um ar de superioridade com as poses bem definidas. São poses que trazem a tona a mulher moderna, que consegue fazer múltiplos deveres e que tem vários objetivos e luta por eles de forma verdadeira.

Traje

Nessa categoria, percebe-se a variação de trajes usados nos editoriais, porém quase todos modernos e com formatos sempre bem encorpados na modelo. Por serem vestimentas que estruturam bem o corpo feminino, e conseqüentemente, valorizam a forma feminina, a mulher mostra um ar mais forte e por isso, mostra mais confiança não só no olhar como na própria roupa que ela usa. Pois ao valorizar a sua forma, ela se sente mais feminina, mais confiante, e por isso, deseja cada vez mais ascender na vida pessoal e profissional.

São roupas que mostram sempre movimento, seja com babados, volumes e tecidos leves. Com esse movimento, a flexibilidade da mulher moderna também vem à tona. São mulheres que sentem prazer ao se vestir bem e ao estar confortável. Assim, não só a conforto como a sensualidade é presente nos trajes da década de 2000. Os



decotes sensuais estão presentes e isso mostra um ar de confiança que a mulher quer passar a sociedade. Mostra que é flexível e que ao mesmo tempo consegue ser sensual no jeito de se vestir. O comprimento das vestes é variável, pois a sensualidade que a mulher moderna passa não depende do comprimento da roupa, ou seja, ela pode mostrar sua sensualidade de outras formas. Portanto, os trajes são variados, mas com uma característica importante, o de passar a idéia de uma mulher insubordinada, superior.

Cabelos

Os cabelos mais vistos nas fotos da década de 2000 estão principalmente soltos, mais especificamente em movimento. Esse ar de estar solto e em movimento se aproxima da mulher moderna no que diz respeito as suas vontades e determinações. São mulheres que querem e são livres, independentes e que tem como um objetivo maior a independência financeira. O movimento dos cabelos mostra a grande flexibilidade que elas têm para com tudo nas suas vidas. São mulheres versáteis que deixam os cabelos soltos para mostrar sua feminilidade e ao mesmo tempo o poder que ela tem de fazer o que bem entender com sua aparência.

Os tons misturados são também visíveis nos cabelos das modelos. Não são uniformes e sim uma mistura de tons claros e escuros que mostram a variedade de facetas que a mulher pode possuir. A mistura de tons pode mostrar a variedade da mulher. Ela pode ser mais de uma ao mesmo tempo e até mesmo a mistura das mulheres que ela possui dentro de si. Isso mostra que a mulher não é exclusiva e sim diferente uma das outras.

Expressão Facial

A análise de imagens em relação à expressão facial mostrou um rosto serio e com aparência firme, na maioria das vezes com os lábios fechados. O olhar direto para a câmera é visto também como padrão.

Com o decorrer dos anos, a mulher se sentiu mais segura com os seus múltiplos papéis na sociedade e isso fez com que surgisse uma mulher moderna que mostra firmeza e confiança no olhar. Ela pode se sentir sensível, mas o olhar que ela quer passar aos outros é de confiança e de seriedade. A ascensão profissional da mulher a tornou séria e assim, ela não quer e não pode mostrar fraqueza no olhar. Ela mostra para o leitor que é única e confiante com a sua sensualidade e feminilidade.

A mulher dos anos 2000

Com a análise feita das imagens dos editoriais da década de 2000 e suas simbologias, a Vogue mostra a mulher que representa essa década.



A mulher dessa década é uma mulher forte, com ambições e desejos. Não desiste dela mesma nem das suas vontades. É firme e consegue mostrar seriedade e flexibilidade nas imagens e nos pensamentos e ações. As mulheres modernas não deixam de mostrar a sua sensibilidade e feminilidade através da sensualidade que transparecem com as poses, trajes e atitudes. Ou seja, ela é uma mulher decidida quanto a sua vida pessoa e profissional, porém não deixa de ser atraente e sensual. Mostra que pode ter várias funções e que a ascensão conseguida pela mesma foi de fato firmada com a sua vontade de ser única e diferente. Ela é insubordinada e vive em constante transição.

Portanto, a representação da mulher na década de 2000 é o auge do feminino, pois consegue mostrar sua exigência de não ser discriminada e consegue ao mesmo tempo mostrar seu ar sensual e feminino.

CONSIDERAÇÕES FINAIS: APONTAMENTOS PARA PESQUISA

Com base em todo o trabalho de análise realizado, os contextos levantados e por fim as representações femininas de cada período percebemos pontos de convergência e de divergência destes com a hipótese.

A representação da mulher na década de 50 era realmente luxuosa e ingênua. Quanto a ser dona de casa, há controvérsias. Apesar de passar a mensagem da mulher como pertencente aos lugares fechados e não à rua, as fotografias não sugerem em momento nenhum os afazeres domésticos propriamente ditos. A imagem que talvez melhor se encaixasse trazendo para a nossa realidade atual seria a de uma *sociallight*, ou seja, mulher pertencente à classe alta que não trabalha nem executa afazeres domésticos.

Quanto à década de 2000, a descrição psicológica da hipótese se encaixa perfeitamente. É possível ver nas fotografias de moda uma mulher forte, independente e com atitude. As características ficam claras nas fotos de movimento intenso com o olhar fixado à frente.

Os aspectos físicos hipotéticos, porém, não se verificam quando feita a análise das imagens. A necessidade de perfeição existe sim, mas esta é verificada também na década de 50, se não mais naquela época. Não são necessárias ferramentas avançadas de pós-edição para que esses altos padrões sejam estabelecidos. Nas imagens mais recentes é possível encontrar um cabelo bagunçado ou uma pose “desengonçada”, aspectos que não se aplicavam na metade do século passado.



As mulheres representadas na década de 50 podem ser consideradas impecáveis. Talvez a maior individualidade possível e presente hoje em dia, tenha realmente diminuído as cobranças quanto aos padrões, apesar da maioria da população não se sentir livre dessa forma.

Após a problemática ter sido esclarecida, caberia ainda perguntas quanto à natureza dessa representação. É interessante descobrir se essa mulher é a visão ou generalização das mulheres reais da sociedade ou a mensagem imposta pelos grandes meios de comunicação atuais. Afinal, embora a representação tenha sido revelada, esta não tem compromisso com a verdade, talvez ainda menos por se tratar de moda: "Antes de ser signo da desrazão vaidosa, a moda testemunha o poder dos homens para mudar e inventar sua maneira de aparecer" (LIPOVETSKY, 2007, p. 32).

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANGELETTI, Norberto; OLIVA, Alberto, co-autor. *In Vogue: The Illustrated History of the World's Most Famous Fashion Magazine*. New York: Rizzoli Publications, cop. 2006,

BAUER, Martin; GASKELL, George. *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático*. Petrópolis: Editora Vozes, 2002.

BENSTOCK, Shari; TERRIS, Suzanne. *Por dentro da moda*. Rio de Janeiro: Rocco, 2002.

CAMARGO, Isaac Antônio. *Reflexões sobre o pensamento fotográfico*. Londrina: Eduel, 1997.

CASTILHO, K. e GALVÃO, D. *A moda do corpo o corpo da moda*. São Paulo: Editora Esfera, 2002.

DAVIS, Flora. *A comunicação não-verbal*. Trad. Sob a direção de Antonio Dimas. São Paulo: Summus, 1979.

FERGUNSON, M., *Forever feminine – Women's Magazines and the Cult of Femininity*, Londres: Heinemann, 1983.

GARCIA, Claudia. *Anos 50: A época da feminilidade*. Disponível em: <http://almanaque.folha.uol.com.br/anos50.htm>>. Acesso em: 20 de jan. 2011.

HULL, Gloria et all. *All the women are White, all the Blacks are men, but some of us are brave: Black women's studies*. Old Westbury, NY: The Feminist Press, 1982. 401p.



LIPOVETSKY, Gilles. (1944). *O Império do efêmero: A moda e seu destino nas sociedades modernas*. Editora Companhia das Letras, 2007. 296 p.

LOPES, Luís Carlos. *Representação e significação nos fenômenos comunicacionais*. Disponível em: <<http://www.uff.br/mestcii/lclop5.htm>>. Acesso em: 24 de jan. 2011.

MEIRINHO DE SOUZA, Daniel Rodrigo. *A manipulação fotográfica como processo de representação do real: a reconstrução da realidade*.

Disponível em: <<http://www.apebfr.org/passagesdeparis/editione2009/portugal/Portugal%20-%20Daniel%20Meirinho.pdf>>. Acesso em: 19 de janeiro de 2011.

SANT'ANNA, Maria Rúbia. *A moda – o desafio de pensá-la além do produto*. In: *Moda Palavra*, volume dois, (2003).

SANTAELLA, L. e NÖTH, W. *Imagem: Cognição, Semiótica, Mídia*. São Paulo, Iluminuras, 1999.

SANTAELLA, Lucia. *A Teoria Geral dos Signos*. Pág. 11, 2a ed. São Paulo, SP: Guazelli, 2000.

SAUSSURE, F. de (1915) *Course in General Linguistics* [trans. W. Baskin]. New York: The Philosophical Library, 1959. New York; McGraw-Hill, 1966.

THOFEHRN, Paula Buss e LORETO, Mari Lúcie da Silva. *Fotografia e arte: análise comparativa de revistas de moda*.

Disponível em: <http://www.ufpel.edu.br/cic/2008/cd/pages/pdf/LA/LA_01315.pdf>. Acesso em: 19 de janeiro de 2011.

VANDERSEN, Monique e PETROSKI, Mônica More. *Editoriais de moda: Decodificar o conceito de moda e beleza apresentado em publicações da revista Vogue americana e brasileira*.

Disponível em: <<http://www.ceart.udesc.br/pesquisa/Moda/Petroski%20Vandresen%20-%20MO.pdf>>. Acesso em: 11 de janeiro de 2011.

VAZZOLER, Valdete de Souza e CUSTÓDIO, José de Arimathéia. *Fotografia: meio e linguagem dentro da moda*. Disponível em:

<http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/discursosfotograficos/article/viewArticle/1474> Acesso em: 20 de janeiro de 2011.