

Entre emancipação e controle: Harper's Bazaar e Vogue e o jornalismo de moda americano no período entreguerras

Between emancipation and control: Harper's Bazaar and Vogue and american fashion journalism in the interwar period

Isabella Melano

Sérgio Antônio Silva

Heloisa Nazaré dos Santos

Resumo: O período entreguerras (1918–1939) foi marcado por profundas transformações sociais que alteraram de maneira significativa os papéis sociais desempenhados pelas mulheres. A inserção feminina no trabalho industrial, nos serviços e na vida pública produziu deslocamentos simbólicos importantes, que encontraram no design de moda e no jornalismo espaços privilegiados de representação e negociação. Este artigo realiza uma revisão teórica crítica sobre a construção da imagem da mulher moderna no entreguerras, articulando contribuições da história social, da teoria da moda e do pensamento feminista. A partir do diálogo com Eric Hobsbawm, Gilles Lipovetsky, Simone de Beauvoir e Judith Butler, argumenta-se que a figura da “nova mulher” construída pelo jornalismo de moda, conforme praticado pelas duas principais publicações americanas da área na época — Harper's Bazaar e Vogue, expressa uma emancipação condicionada, marcada por tensões entre liberdade, controle simbólico e padrões normativos de gênero, classe e raça.

Palavras-chaves: jornalismo de moda; design de moda; representação feminina; entreguerras; gênero.

Abstract: The interwar period (1918–1939) was marked by profound social transformations which significantly altered the social roles played by women. The insertion of women into industrial work, services, and public life produced important symbolic shifts, which found privileged spaces for representation and negotiation in fashion design and journalism. This article presents a critical theoretical review of the construction of the image of the modern woman in the interwar period, articulating contributions from social history, fashion theory, and feminist thought. Through dialogue with Eric Hobsbawm, Gilles Lipovetsky, Simone de Beauvoir, and Judith Butler, it argues that the figure of the “new woman” constructed by fashion journalism, as practiced by the two main American publications in the field at the time — Harper's Bazaar and Vogue — expresses a conditioned emancipation, marked by tensions between freedom, symbolic control, and normative patterns of gender, class, and race.

Keywords: fashion journalism; fashion design; female representation; interwar period; gender.

Introdução

O período entreguerras constitui um momento decisivo para compreender as transformações nos papéis sociais das mulheres e as formas pelas quais essas mudanças foram representadas, mediadas e, em muitos casos, reguladas pela cultura visual e pelo jornalismo. Se as duas guerras mundiais não apenas reorganizaram economias e estruturas políticas, mas também provocaram deslocamentos profundos na vida cotidiana, nas relações de trabalho e nas fronteiras entre os espaços público e privado, não é exagero supor que tais mudanças foram iniciadas após o primeiro conflito.

Nesse contexto, o design de moda e o jornalismo especializado emergem como campos estratégicos de análise, uma vez que atuam diretamente na construção de imagens sociais, identidades e expectativas de comportamento. Mais do que registrar transformações, essas instâncias participaram ativamente da produção de sentidos sobre o que significava ser mulher em uma sociedade em rápida transformação.

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 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.

Este artigo parte da hipótese de que o jornalismo de moda do período entreguerras operou de forma ambivalente: ao mesmo tempo em que celebrava a emergência da “nova mulher” — ativa, independente e moderna —, delimitava cuidadosamente os contornos dessa liberdade, reforçando padrões normativos de feminilidade, consumo e moralidade. Trata-se, portanto, de um processo simultâneo de visibilização e controle.

Do ponto de vista metodológico, o texto se configura como uma revisão teórica crítica, de caráter narrativo-interpretativo, articulando autores centrais da história social, da teoria da moda e do pensamento feminista. O objetivo não é realizar análise empírica de *corpus* jornalístico, mas aprofundar teoricamente as condições simbólicas que permitiram a construção da imagem da mulher moderna no entreguerras.

Procedimentos da revisão teórica

Este artigo adota o formato de revisão teórica crítica de caráter narrativo-interpretativo. Não se trata de uma revisão sistemática no sentido estrito, mas de uma revisão orientada por problemas teóricos e por um recorte conceitual específico: a construção da imagem feminina no período entreguerras a partir da articulação entre moda, jornalismo e gênero.

A seleção dos autores e das obras analisadas obedeceu aos seguintes critérios:

- centralidade teórica para a compreensão das transformações sociais e culturais do período entreguerras;
- contribuição direta para os debates sobre gênero, feminilidade, representação e identidade;

- capacidade explicativa para pensar moda e jornalismo como dispositivos simbólicos e culturais;
- recorrência e legitimidade desses autores na literatura acadêmica das áreas de História, Design, Comunicação e Estudos de Gênero.

A revisão foi organizada em eixos temáticos, de modo a mapear diferentes campos teóricos e, posteriormente, promover uma articulação crítica entre eles. Essa estratégia permite não apenas apresentar autores, mas tensionar suas contribuições, evidenciar convergências e contradições e posicionar a pesquisa em um campo interdisciplinar mais amplo.

O entreguerras como cenário de ruptura e contenção

A Primeira Guerra Mundial representou um ponto de inflexão na estrutura social do início do século XX. Diante da escassez de mão de obra masculina, mulheres assumiram funções essenciais em diversos setores produtivos e de serviços, conforme aponta a autora Lettie Gavin (1997) em *American Women in World War 1 – they also served*. Atuaram no chão de fábrica, especialmente nas indústrias armamentistas, no setor têxtil, nos transportes e na construção. Também passaram a trabalhar no campo, garantindo a produção de alimentos, e desempenharam papéis centrais como enfermeiras em hospitais civis e frentes de batalha, muitas delas vinculadas a organizações como a Cruz Vermelha. Outras se alistaram como auxiliares do Exército, ocupando funções administrativas e de suporte. Além disso, com os homens nas frentes de combate, mulheres assumiram postos de secretárias, telefonistas e funcionárias de escritório (Gavin, 1997).

A guerra, de fato, marcou o início de uma nova era na história das mulheres, tanto nos Estados Unidos quanto na Europa. Muitos acreditavam que aqueles quatro anos de guerra libertaram as mulheres de antigos moldes e estereótipos, proporcionaram novas oportunidades e as tornaram economicamente independentes. As mulheres, trabalhando com dedicação e eficiência, lançaram as bases para salários mais altos, melhores empregos, melhores condições de trabalho e uma posição mais competitiva no mercado de trabalho (Gavin, 1997, p. 9. Tradução nossa)¹.

Essas contribuições foram fundamentais para o esforço de guerra e colocaram em xeque normas tradicionais de gênero, provocando mudanças na percepção do papel feminino na sociedade. Como apontam Camila Perdoni e Tamires Souza (2021), em *Teoria feminista e as estadunidenses na Segunda Guerra Mundial*, a Primeira Guerra Mundial marcou simultaneamente o início e o fim de uma grande transformação na estrutura social. Com o retorno dos homens ao final do conflito, as mulheres não necessariamente retomaram os papéis anteriormente atribuídos a elas, passando a questionar posições tradicionais dentro da família e da sociedade.

No fim da Primeira Guerra Mundial (1914–1918), começaram a surgir manifestações feministas em prol de seus direitos e da igualdade de gênero. Os movimentos feministas dividiram-se em três fases e sofreram influência direta da Revolução Francesa (1789). O movimento, de características social, política e econômica, tinha como objetivo discutir e lutar pelos direitos das mulheres. Até o final do século XIX, não era permitido às mulheres o estudo, o voto, a leitura e a escrita, restando apenas trabalhos domésticos e subordinados aos homens (Perdoni; Souza, 2021, p. 65).

¹ The war, in fact, marked the beginning of a new era in the history of women, both in the United States and in Europe. Many believed that those four years of war liberated women from old molds and stereotypes, provided new opportunities for them, and made them economically independent. Women working diligently and efficiently laid the foundation for higher wages, better jobs, improved working conditions, and a more competitive status in the labor market.

No período entreguerras, observa-se uma diversificação das funções femininas, com maior acesso ao ensino superior e à busca por carreiras em áreas antes dominadas pelos homens, como engenharia e medicina. Paralelamente, os movimentos pelos direitos das mulheres ganharam força, resultando em conquistas como o direito ao voto em países como Estados Unidos e Reino Unido (Perdono; Souza, 2021).

Eric Hobsbawm (1995), na obra *The age of extremes: a history of the world*, propõe compreender o intervalo entre 1914 e 1945 como a chamada “Era das Catástrofes”, marcada por guerras, colapsos políticos e transformações sociais profundas que desestruturaram a ordem liberal do século XIX. Para o autor, esse período produziu uma reconfiguração radical da vida cotidiana e das relações sociais, funcionando como acelerador de mudanças que já estavam em curso. No entanto, essas transformações não ocorreram de forma linear ou plenamente emancipatória. Ao contrário, o pós-guerra foi marcado por tentativas de restauração da ordem social anterior, com a revalorização de modelos tradicionais de família, moral e divisão sexual do trabalho.

Uma era de catástrofe, de 1914 até as consequências da Segunda Guerra Mundial, foi seguida por cerca de vinte e cinco ou trinta anos de extraordinário crescimento econômico e transformação social, que provavelmente mudaram a sociedade humana mais profundamente do que qualquer outro período de duração comparável (Hobsbawm, 1995, p. 6. Tradução nossa)².

Como destaca Hobsbawm (1995), notavelmente, todos esqueceram o papel fundamental desempenhado pelas mulheres na guerra, na resistência e nos processos de libertação. Assim, os avanços conquistados durante os conflitos coexistiram com movimentos de contenção e regressão nos períodos de reconstrução, revelando o caráter provisório e instável dessas conquistas.

Moda, modernidade e a emergência da “nova mulher”

É nesse contexto de avanços condicionados que o design de moda se transforma de maneira significativa. Roupas mais curtas, confortáveis e funcionais passam a refletir a nova inserção feminina na vida pública e no trabalho. Segundo Daniel James Cole e Nancy Deihl (2015), em *The History of modern fashion*, a imagem da “nova mulher” emerge como signo de modernidade, independência social e sexual, amplamente difundido pelo jornalismo de moda.

Para Gilles Lipovetsky (2009), é apenas após a Primeira e a Segunda Guerra Mundial que o “direito” à moda encontra uma base real e uma legitimidade de massa. No entanto, essa expansão da moda feminina exige um olhar crítico. O autor questiona ainda, no livro *O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas*, até que ponto essa visibilidade representa uma compreensão plena da mulher em sua totalidade ou se, apesar das transformações, ela permanece fragmentada e submetida a padrões consolidados de aparência e comportamento.

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

2 *An Age of Catastrophe from 1914 to the aftermath of the Second World War was followed by some twenty-five or thirty years of extraordinary economic growth and social transformation, which probably changed human society more profoundly than any other period of comparable brevity.*

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).

Lipovetsky observa que “tanto a mulher jovem como a mulher “madura” se veem em “fragmentos” (Lipovetsky, 2009, p. 152) o que evidencia a dificuldade de romper com modelos normativos profundamente enraizados. A moda, nesse sentido, funciona como espaço ambíguo: simultaneamente libertador e disciplinador. A promessa de liberdade é atravessada por exigências constantes de adequação estética, consumo e atualização simbólica.

Nesse processo, a emergência da “nova mulher” não pode ser compreendida apenas como resultado direto das transformações sociais e econômicas do período, mas também como efeito de uma reconfiguração mais ampla das sensibilidades modernas. A incorporação de princípios estéticos ligados à racionalização das formas, à funcionalidade e à simplificação visual contribuiu para deslocar o vestuário feminino do campo do ornamento excessivo para uma lógica de eficiência e mobilidade. No entanto, essa depuração formal não implicou a dissolução dos mecanismos de controle simbólico sobre o corpo feminino. Ao contrário, ao mesmo tempo em que a moda moderna rompeu com estruturas rígidas do passado, como o espartilho, passou a instituir novos regimes de visibilidade e de disciplina, nos quais a liberdade feminina se expressava por meio de uma estética regulada, compatível com os valores da modernidade urbana, do consumo e da distinção social. Assim, a silhueta simplificada e a aparência funcional da mulher moderna operam como signos ambíguos: indicam emancipação e autonomia, mas também reafirmam padrões normativos que redefinem — sem eliminar — os limites impostos à experiência feminina no espaço público.

A mulher como “outro” e a normatização da feminilidade

A crítica de Simone de Beauvoir oferece uma chave fundamental para compreender essa ambivalência. Na obra *O segundo sexo* (1967), a autora afirma que “não se nasce mulher, torna-se mulher”, destacando o caráter histórico e cultural da condição feminina. A mulher é construída como o “Outro” em relação a um sujeito universal masculino, sendo sua identidade delimitada por normas, expectativas e atribuições de valor que extrapolam a biologia.

O grande mal-entendido em que assenta esse sistema de interpretação está em que se admite que é natural para o ser humano feminino fazer de si uma mulher feminina: não basta ser uma heterossexual nem mesmo uma mãe, para realizar esse ideal; a “verdadeira mulher” é um produto artificial que a civilização fabrica (Beauvoir, 1967, p. 148).

Beauvoir argumenta que a feminilidade não é um dado natural, mas um produto social. Mesmo em contextos de aparente liberdade, a mulher permanece frequentemente definida como objeto de contemplação e desejo. O jornalismo de moda do entreguerras atua como mediador desse processo, ao apresentar novos modelos de comportamento feminino, mas sempre dentro de fronteiras bem demarcadas. As revistas celebravam a autonomia feminina, mas reforçavam padrões rígidos de beleza, elegância e moralidade, mantendo a mulher em posição subalterna.

Sob a perspectiva de Beauvoir, essa construção revela como a mulher era tratada de forma simultaneamente integrada e subordinada: celebrada como símbolo do progresso social, mas sempre lembrada de seu lugar como “Outro”. A mulher vive uma realidade em que “se o homem se restringe a ter sem dar ou a dar sem ter, ela se sente manobrada; desde que se realiza como Outro, ela é o outro inessencial.” (Beauvoir, 1967, p. 137). Moda e jornalismo atuavam, assim, em conjunto para oferecer novos modelos de feminilidade que, embora aparentassem romper com o passado, reforçavam valores patriarcais por meio de ideais de beleza, consumo e moralidade.

Essa análise evidencia que a representação feminina no entreguerras não foi resultado de uma ruptura definitiva com o passado, mas de embates e negociações constantes. Design de moda e imprensa criaram imagens que oscilavam entre emancipação e controle, reafirmando o que Beauvoir descreve como a dificuldade histórica de a mulher se afirmar como sujeito pleno em uma sociedade que a define em função do homem. Compreender esse contexto ajuda a explicar por que muitos dilemas daquela época — como a tensão entre liberdade e imposição de padrões, ou a busca por reconhecimento e representatividade — permanecem, ainda hoje, sob novas formas e desafios.

Moda e jornalismo, assim, oferecem uma liberdade cuidadosamente enquadrada, que não rompe com os fundamentos da ordem patriarcal, mas os atualiza sob novas formas simbólicas. Nesse sentido, a normatização da feminilidade descrita por Beauvoir opera menos por coerção explícita e mais por interiorização de expectativas sociais, que passam a ser incorporadas pelas próprias mulheres como ideais desejáveis. A moda e o jornalismo desempenham papel central nesse processo ao transformar padrões de aparência, postura e comportamento em signos de reconhecimento social. O corpo feminino torna-se, assim, um espaço privilegiado de inscrição simbólica, no qual se projetam valores de elegância, decoro e distinção que definem o que é socialmente aceitável como “feminino”. A aparente escolha individual — o vestir-se, o cuidar-se, o adequar-se à moda — mascara a força normativa dessas expectativas, reforçando a condição da mulher como “Outro” mesmo quando ela parece integrada à modernidade. Dessa forma, a feminilidade moderna não elimina a subordinação apontada por Beauvoir, mas a reorganiza em termos mais sutis, deslocando o controle do campo da imposição direta para o da adesão simbólica e cultural.

Representação, performatividade e exclusão

A leitura de Judith Butler aprofunda essa análise ao problematizar a noção de identidade de gênero como algo fixo ou universal. Em *Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade* (2025), a autora argumenta que o gênero é performativamente produzido por normas que regulam a inteligibilidade dos corpos. Butler questiona que configuração de poder constrói o sujeito e o Outro, revelando que as categorias “homem” e “mulher” são efeitos de práticas discursivas que normatizam e limitam a pluralidade das existências.

Segundo Butler:

A formação jurídica da linguagem e da política que representa as mulheres como “o sujeito” do feminismo é em si mesma uma formação discursiva e efeito de uma dada versão da política representacional. Assim, o sujeito feminista se revela discursivamente constituído, e pelo próprio sistema político que supostamente deveria facilitar sua emancipação (Butler, 2025, p. 19).

A crítica recai sobre a presunção de uma base universal para o feminismo, que tende a apagar diferenças de raça, classe, sexualidade e nacionalidade. Essa reflexão é particularmente pertinente ao analisar as representações femininas durante o entreguerras nas revistas *Vogue* e *Harper's Bazaar*, referências quando se trata de jornalismo de moda. O ideal de mulher moderna ali construído é restrito a um perfil específico: branca, urbana, magra e pertencente às classes média ou alta.

As representações que aparentam ser libertadoras funcionam, na prática, como reconfigurações normativas que delimitam as formas aceitáveis de visibilidade feminina. A liberdade é permitida desde que performada dentro de padrões legitimados pelo olhar normativo da mídia. Nesse sentido, a contribuição de Butler permite deslocar a análise da representação feminina do plano da identidade para o plano das normas que regulam quem pode aparecer, ser reconhecido e fazer sentido socialmente como mulher. O gênero, entendido como performativo, não é uma expressão livre de um sujeito pré-existente, mas o resultado de repetições normativas que produzem a aparência de naturalidade. Essa perspectiva tensiona diretamente as leituras mais celebratórias da emancipação feminina no entreguerras, ao revelar que a ampliação da visibilidade das mulheres não implica, necessariamente, a ampliação da pluralidade das experiências reconhecidas. Ao contrário, quanto mais um ideal feminino se consolida como representável, mais outros modos de existência são tornados ininteligíveis ou marginalizados.

Aplicada ao campo do jornalismo de moda, essa leitura evidencia como *Vogue* e *Harper's Bazaar* participaram da produção de uma feminilidade moderna altamente codificada. As imagens e narrativas veiculadas por essas revistas não apenas retratavam mulheres, mas também ensinavam como performar adequadamente a modernidade feminina — por meio do corpo, do vestuário, do comportamento e do consumo. A mulher moderna tornava-se visível desde que encarnasse os códigos estéticos e morais legitimados por esse discurso midiático, o que reforça a crítica de Butler à noção de um sujeito feminino universal. Assim, a representação da “nova mulher” no entreguerras não rompe com os regimes de poder que estruturam o gênero, mas os reinscreve sob uma lógica sofisticada de reconhecimento seletivo, em que a emancipação se torna possível apenas dentro de limites normativos previamente estabelecidos.

O jornalismo de moda como dispositivo simbólico de poder

O jornalismo de moda do entreguerras não pode ser compreendido apenas como reflexo das transformações sociais. Ele atua como uma verdadeira pedagogia cultural, ensinando modos de ser, vestir e comportar-se. Ao colocar em circulação a imagem da “nova mulher”, essas publicações ajudam a consolidá-la como norma, e não como exceção.

No entanto, essa normalização é atravessada por limites claros. Mulheres negras, trabalhadoras rurais, imigrantes ou pertencentes a classes populares permanecem invisibilizadas ou estereotipadas, conforme aponta Kate Best no livro *The History of Fashion Journalism* (2017). Assim, o jornalismo de moda contribui tanto para a ampliação de possibilidades quanto para a manutenção de hierarquias simbólicas.

Como observa Beauvoir, o jornalismo feminino, que amadureceu no entreguerras como mediador cultural, ampliou sua relevância no século XXI como plataforma de debates sobre gênero, trabalho, sexualidade e diversidade. Contudo, assim como nas décadas de 1920 e 1930, ainda reproduz

tensões entre emancipação e controle: por um lado, promove discursos de empoderamento; por outro, reforça padrões excludentes e expectativas rígidas sobre aparência e comportamento.

Os costumes, as modas são muitas vezes utilizados para separar o corpo feminino da transcendência: a chinesa de pés enfaixados mal pode andar; as garras vermelhas da estrela de Hollywood privam-na de suas mãos; os saltos altos, os coletes, as anquinhas, as crinolinas destinavam-se menos a acentuar a linha arqueada do corpo feminino do que a aumentar-lhe a impotência. Amolecido pela gordura, ou ao contrário tão diáfano que qualquer esforço lhe é proibido, paralisado por vestidos incômodos e pelos ritos da boa educação, é então que esse corpo se apresenta ao homem como sua coisa. A maquiagem, as jóias também servem para a petrificação do corpo e do rosto (Beauvoir, 1967, p. 200-201).

Assim, saltos altos, vestidos incômodos e rituais de beleza funcionam como dispositivos de controle do corpo feminino, limitando sua ação e reforçando sua condição de objeto.

Nesse sentido, o jornalismo de moda pode ser compreendido como um dispositivo simbólico de poder que atua na organização do imaginário social, naturalizando determinadas formas de feminilidade e marginalizando outras. Ao definir o que é elegante, desejável e moderno, essas publicações não apenas informam tendências, mas produzem regimes de visibilidade que orientam a percepção social do corpo feminino. O que aparece reiteradamente nas páginas das revistas passa a ser reconhecido como norma, enquanto aquilo que escapa a esse enquadramento é silenciado ou tratado como desvio. Assim, o jornalismo de moda opera como uma instância de legitimação cultural, capaz de transformar escolhas estéticas em valores sociais amplamente compartilhados.

Além disso, esse dispositivo atua de maneira indissociável da lógica do consumo. A emancipação feminina veiculada pelo jornalismo de moda é frequentemente associada à capacidade de escolha, compra e adequação a determinados estilos de vida. A liberdade é traduzida em consumo informado, bom gosto e atualização constante, reforçando a ideia de que a autonomia feminina se realiza prioritariamente no campo da aparência. Esse processo contribui para deslocar questões estruturais — como desigualdades de gênero, raça e classe — para o plano individual da responsabilidade estética, tornando a conformidade aos padrões de moda uma exigência simbólica travestida de escolha pessoal.

Ao articular essas dimensões, torna-se possível compreender o jornalismo de moda como um campo onde emancipação e controle não se opõem, mas coexistem de forma estrutural. A partir das reflexões de Beauvoir e Butler, observa-se que o poder exercido por essas publicações não se manifesta por meio da repressão direta, mas pela produção de sujeitos inteligíveis, reconhecíveis e desejáveis. O corpo feminino, ao ser constantemente moldado por discursos de elegância, beleza e adequação, converte-se em superfície privilegiada de inscrição das normas sociais. Dessa forma, o jornalismo de moda do entreguerras não apenas acompanhou as transformações da modernidade, mas participou ativamente da reorganização dos mecanismos de controle simbólico sobre a experiência feminina, redefinindo os limites da liberdade sob a aparência da modernização.

A construção da mulher moderna no discurso editorial da *Vogue*

Desde o início do século XX, a *Vogue*, conforme consta na seção *About us*, de seu próprio *site*, consolidou-se como uma das principais instâncias de legitimação da moda e do estilo de vida

feminino no mundo ocidental. No período entreguerras, sua atuação extrapolou a função de apresentar tendências estéticas, assumindo um papel ativo na construção simbólica da mulher moderna. As páginas da revista passaram a articular moda, comportamento, consumo e valores sociais, contribuindo para a definição de um ideal feminino associado à sofisticação, à autonomia controlada e à distinção de classe.

Conforme aponta a autora Nina-Sophia Miralles no livro *Os bastidores da Vogue: a história da revista que transformou o mundo da moda* (Miralles, 2022), a mulher retratada pela Vogue no entreguerras é frequentemente apresentada como cosmopolita, urbana e inserida em um circuito de consumo cultural refinado. Trata-se de uma mulher que trabalha, circula pela cidade, pratica esportes e desfruta do lazer moderno, mas cuja liberdade é cuidadosamente enquadrada por códigos de elegância, disciplina corporal e respeitabilidade moral. A modernidade feminina defendida pela revista não rompe com os valores tradicionais, mas os reconfigura sob uma estética atualizada, compatível com as transformações sociais do período (Miralles, 2022).

Nesse sentido, a *Vogue* contribui para a construção de uma feminilidade aspiracional, na qual a emancipação é apresentada como estilo de vida, mais do que como ruptura política. A autonomia feminina é valorizada desde que se manifeste de forma elegante, controlada e compatível com os padrões de consumo legitimados pela revista. A mulher moderna da *Vogue* é ativa, mas não transgressora; independente, mas não desviante; visível, mas sempre dentro de limites socialmente aceitáveis.

Essa lógica dialoga diretamente com a crítica de Lipovetsky (2009), ao evidenciar como a moda opera como um sistema de sedução que oferece uma sensação de liberdade baseada na escolha estética, ao mesmo tempo em que reforça hierarquias simbólicas. A *Vogue*, ao celebrar a modernidade feminina, participa da produção de uma emancipação condicionada, na qual o corpo da mulher continua sendo um espaço de normatização e distinção social.

Além disso, a revista desempenha papel central na consolidação de uma cultura visual moderna marcada pela circulação acelerada de imagens, pela valorização do consumo e pela estetização da vida cotidiana. Ao apresentar a moda como experiência sensorial e simbólica, a *Vogue* contribui para transformar o vestir em linguagem social, associando aparência a sucesso, reconhecimento e pertencimento. Nesse contexto, o corpo feminino torna-se superfície privilegiada de inscrição de valores modernos, sendo constantemente educado para responder às demandas de atualização estética e performatividade social.

A modernidade feminina proposta pela revista está profundamente ligada à experiência urbana e ao desenvolvimento das sociedades de consumo. A mulher moderna da *Vogue* é representada como sujeito que habita a cidade, circula por espaços de sociabilidade modernos, como cafés, cinemas e lojas de departamento, e participa ativamente de práticas culturais e comerciais que redefinem o cotidiano. No entanto, essa inserção no espaço público não implica uma ruptura com estruturas de poder já estabelecidas, mas uma adaptação estratégica a elas. A liberdade feminina é apresentada como conquista individual mediada pelo consumo e pela incorporação de códigos de distinção social.

Desse modo, a *Vogue* pode ser compreendida como uma instância pedagógica da modernidade feminina, orientando modos de vestir, comportar-se e desejar. Ao oferecer modelos de elegância e

sucesso, a revista contribui para formar repertórios de identificação e aspiração, funcionando como dispositivo simbólico que articula estética, moralidade e classe. Essa pedagogia do gosto reforça a ideia de que a emancipação feminina, no contexto da cultura de massas, está frequentemente condicionada à capacidade de aderir a padrões visuais e comportamentais legitimados socialmente.

Assim, a atuação editorial da *Vogue* no período entreguerras revela a complexa relação entre moda, modernidade e poder simbólico. Ao mesmo tempo em que amplia horizontes de visibilidade para as mulheres, a revista estabelece critérios de reconhecimento que delimitam quem pode ser percebida como moderna, elegante e socialmente relevante. A emancipação feminina aparece, portanto, como processo simultaneamente expansivo e regulador, evidenciando as tensões estruturais entre liberdade e normatização que atravessam o campo do design de moda e do jornalismo.

Harper's Bazaar e a mediação entre tradição, cultura e modernidade feminina

A *Harper's Bazaar*, por sua vez, construiu historicamente uma abordagem editorial que dialoga de forma mais explícita com o campo da cultura, das artes e da intelectualidade, segundo o artigo *A history of Harper's Bazaar* (2016), de autoria de Stephen Mooallem, publicado no site da *Harper's Bazaar*. No período entreguerras, essa característica se refletiu na forma como a revista representou a mulher moderna, frequentemente associando moda a discursos sobre comportamento, educação, sensibilidade artística e papel social.

A mulher retratada pela *Harper's Bazaar* é apresentada como sujeito culturalmente informado, interessada em arte, literatura e viagens, e inserida em uma modernidade que valoriza tanto a estética quanto a formação intelectual. Ainda assim, essa representação não escapa aos limites normativos do período. A modernidade feminina defendida pela revista é cuidadosamente equilibrada entre inovação e tradição, reforçando uma imagem de mulher emancipada, porém moderada (Mooallem, 2016).

Embora a *Harper's Bazaar* demonstre maior abertura para experimentações estéticas e discursivas, a mulher que ocupa suas páginas permanece majoritariamente branca, urbana e pertencente às classes média e alta. A diversidade de experiências femininas é filtrada por um ideal de respeitabilidade cultural, que privilegia determinadas formas de capital simbólico em detrimento de outras. Assim como na *Vogue*, a emancipação feminina aparece vinculada a um modelo específico de feminilidade socialmente legitimada.

Essa abordagem evidencia o papel da *Harper's Bazaar* como mediadora cultural entre tradição e modernidade. A revista não apenas acompanha as transformações sociais do entreguerras, mas contribui para traduzi-las em narrativas compreensíveis e aceitáveis para seu público. Ao fazê-lo, reforça a ideia de que a liberdade feminina deve ser exercida dentro de marcos culturais e estéticos bem definidos, alinhando-se aos mecanismos de controle simbólico discutidos por Beauvoir (1967) e Butler (2025).

Nesse sentido, a *Harper's Bazaar* pode ser compreendida não apenas como veículo de difusão de tendências, mas como espaço de produção de uma sensibilidade moderna feminina. Ao articular moda, arte e comportamento, a revista contribuiu para construir uma experiência estética da modernidade, na qual o vestir se relacionava diretamente com formas de percepção do mundo, modos de habitar o espaço urbano e práticas de consumo cultural. A moda, nesse contexto, não

aparece apenas como aparência, mas como linguagem simbólica capaz de expressar pertencimento a um universo social e intelectual específico.

Essa associação entre moda e formação cultural reforça a ideia de que a emancipação feminina, no discurso editorial da revista, estava fortemente vinculada à aquisição de capital simbólico. Ser moderna implicava não apenas adotar novas silhuetas ou hábitos de consumo, mas demonstrar domínio de códigos culturais legitimados, como o conhecimento artístico, o refinamento estético e a circulação em espaços urbanos considerados cosmopolitas. Desse modo, a representação da mulher moderna operava também como mecanismo de distinção social, delimitando fronteiras entre mulheres consideradas “civilizadas” e aquelas situadas fora desse ideal normativo.

Tal perspectiva evidencia uma contradição estrutural do projeto moderno feminino veiculado pela *Harper's Bazaar*. Ao mesmo tempo em que ampliava horizontes de atuação e incentivava formas de autonomia simbólica, a revista mantinha a modernidade feminina condicionada à adequação a padrões de classe, raça e respeitabilidade. A liberdade proposta era, portanto, seletiva e regulada, permitindo que determinadas mulheres fossem reconhecidas como protagonistas da modernidade enquanto outras permaneciam invisibilizadas ou marginalizadas.

Assim, a atuação editorial da *Harper's Bazaar* no período entreguerras pode ser interpretada como parte de um processo mais amplo de pedagogia social da feminilidade moderna. Ao oferecer modelos de comportamento, gosto e aparência, a revista contribuiu para formar repertórios de identificação e desejo, orientando práticas cotidianas e expectativas sociais em relação ao corpo feminino. Essa dimensão pedagógica aproxima o jornalismo de moda de outros dispositivos culturais modernos, como o cinema, a publicidade e a literatura ilustrada, que também participaram da construção de imaginários femininos no início do século XX.

Considerações finais

A análise do período entreguerras evidencia que a emancipação feminina não ocorreu de forma linear ou plena. As transformações nos papéis sociais das mulheres coexistiram com mecanismos sutis e sofisticados de controle simbólico, especialmente no campo da moda e do jornalismo.

O design de moda consolidou-se como espaço de expressão e afirmação identitária, mas também como instrumento de normatização estética e comportamental. O jornalismo de moda, por sua vez, atuou como mediador cultural, amplificando novas imagens femininas ao mesmo tempo em que delimitava seus contornos.

Ao articular Hobsbawm, Lipovetsky, Beauvoir e Butler, torna-se possível compreender o entreguerras como um momento de avanços condicionados e contradições estruturais. A mulher passa a ocupar novos espaços sociais e simbólicos, mas continua submetida a regimes de visibilidade que definem quem pode ser visto, reconhecido e valorizado.

Esses dilemas permanecem atuais. A tensão entre liberdade e imposição de padrões, entre emancipação e controle, segue atravessando o design de moda e o jornalismo contemporâneos. Assim, compreender a construção da imagem feminina no entreguerras não é apenas um exercício histórico, mas uma ferramenta crítica para analisar os modos pelos quais gênero, poder e representação continuam sendo negociados na cultura visual.

Além disso, esta revisão teórica contribui para o campo dos estudos de moda, comunicação e gênero ao evidenciar que a construção da imagem feminina não pode ser compreendida apenas como reflexo das transformações sociais, mas como parte ativa de processos de normatização simbólica e produção de subjetividades. Ao privilegiar a articulação entre história social e teoria crítica, o artigo reforça a necessidade de leituras interdisciplinares que considerem simultaneamente estética, poder e cultura. Reconhece-se, contudo, como limite desta análise o foco em discursos hegemônicos da moda ocidental e em publicações de grande circulação, o que aponta para a importância de futuras investigações que contemplem outras experiências femininas, contextos culturais e formas alternativas de representação. Dessa forma, compreender o entreguerras não significa apenas revisitar um momento histórico específico, mas ampliar o repertório crítico para interpretar os desafios contemporâneos relacionados à visibilidade, à autonomia e à pluralidade das identidades femininas.

Referências

BEAUVOIR, Simone de. **O segundo sexo**: a experiência vivida. 2. ed. Tradução de Sérgio Milliet. Capa de Fernando Lemos. São Paulo: Difusão Europeia do Livro, 1967.

BUTLER, Judith. **Problemas de gênero**: feminismo e subversão da identidade. Tradução de Renato Aguiar. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2025.

COLE, James Daniel; DEIHL, Nancy. **The history of modern fashion**. Londres: Laurence King Publishing Ltd, 2015.

GAVIN, Lettie. **American women in World War I**: they also served. Boulder: University Press of Colorado, 1997.

HOBBSBAWM, Eric J. **The age of extremes**: a history of the world, 1914-1991. 1st Vintage Books ed. New York: Vintage Books, 1995.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero**: a moda e seu destino nas sociedades modernas. Tradução de Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

MIRALLES, Nina-Sophia. **Nos bastidores da Vogue**: a história da revista que transformou o mundo da moda. Rio de Janeiro: Record, 2022.

MOOALLEM, Stephen. **A history of Harper's Bazaar**. Harper's Bazaar, [s.l.], 21 nov. 2016. Disponível em: <https://www.harpersbazaar.com/culture/features/a18658/history-of-harpers-bazaar/>. Acesso em: 14 set. 2025.

PERDONO, Camila Arusa; SOUZA, Tamires Aparecida Ferreira. Teoria feminista e as estadunidenses na Segunda Guerra Mundial. **Tensões Mundiais**, Fortaleza, v. 17, n. 33, p. 63-84, 2021. Disponível em: <https://revistas.uece.br/index.php/tensoesmundiais/article/view/4600>. Acesso em: 17 out. 2024.

Agradecimento

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001.

Sobre os autores

Isabella Melano é mestranda em Design pela Universidade do Estado de Minas Gerais. Bacharel em Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade Federal de Minas Gerais (2013). Bacharel também em Comunicação Social – Rádio e TV pela Universidade Federal de Minas Gerais (2014). Concluiu em 2018 a Pós-Graduação de Gestão com ênfase em Marketing pela Fundação Dom Cabral. Tem experiência como repórter e produtora, já tendo passado pelas emissoras Alterosa e Band. Já trabalhou como repórter no jornal *O Tempo* e como apresentadora na Rádio Super (atual Rádio O Tempo). Atuou como editora do Programa Itatiaia Agora na Rádio Itatiaia. Trabalhou também como editora, apresentadora e repórter no Tribunal de Justiça de Minas Gerais. Tem experiência como redatora de conteúdo multiplataforma.

E-mail: isabellamelano@gmail.com

Lattes: <http://lattes.cnpq.br/9406395093346412>

Orcid: <https://orcid.org/0009-0008-2541-7423>

Sérgio Antônio Silva é professor permanente do Programa de Pós-graduação em Design da Universidade do Estado de Minas Gerais PPGD / UEMG e colaborador no Programa de Pós-Graduação em Artes da UEMG. Atua com disciplinas, orientações e pesquisas ligadas à tipografia, à escrita e ao design gráfico. Líder do grupo de pesquisa-grafia: estudos da escrita. Coordenador (2022-2023) da Rede Latino-americana de Cultura Gráfica e do PPGD (2023-2025). Graduado em Letras, com mestrado em Literatura Brasileira e doutorado em Literatura Comparada pelo Programa de Pós-Graduação em Letras: Estudos Literários da UFMG. Pós-doutorado em História da Cultura pela Universidade Nova de Lisboa. Diretor da Escola de Design da Universidade do Estado de Minas Gerais, nos anos de 2019-2020. Atualmente, em 2026, está em estágio de Pós-doutorado na Universidade de Lisboa, em Portugal.

E-mail: sergio.silva@uemg.br

Lattes: <http://lattes.cnpq.br/9285512367945785>

Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-4801-700X>

Heloisa Nazaré dos Santos é Pós-doutora em Design de Moda pela Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo – EACH/USP. Doutora em Engenharia de Materiais pela Rede Temática em Engenharia de Materiais – REDEMAT – UFOP / UEMG. Mestra em Engenharia de Produção pela UFMG. Graduada em Desenho Industrial e Educação Artística, pela Universidade do Estado de Minas Gerais/UEMG. Atualmente exerce o cargo de diretora da Escola de Design da UEMG, onde é professora e pesquisadora. Professora Colaboradora do Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Materiais da Universidade Federal de Ouro Preto – REDEMAT/UFOP. É membro do Comitê de Avaliação do Instituto de Pesquisa em Design da Rede de Pesquisadores em Design da Universidade de Palermo/ Argentina.

E-mail: heloisa.santos@uemg.br

Lattes: <http://lattes.cnpq.br/7238982117122755>

Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-9365-9311>