

UNIVERSIDAD DE VALLADOLID  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES JURÍDICAS Y DE LA  
COMUNICACIÓN  
GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS  
CURSO 2023-2024

**“La evolución de la imagen arquetípica de la mujer a  
través de las portadas Vogue: Un estudio sociológico  
sobre el cuerpo femenino en la industria de la moda”**

TRABAJO DE DISERTACIÓN  
**ALBA VILA RODRÍGUEZ**

Sara García Cuesta.  
SEGOVIA, julio de 2024.

“La evolución de la mujer a través de las portadas Vogue: Un estudio sociológico sobre la figura femenina en la industria de la moda”

**AUTORA**

Alba Vila Rodríguez

**TUTORA**

Dra. Sara García Cuesta

**RESUMEN**

El presente trabajo propone un recorrido por la evolución de la mujer a lo largo de la historia de la revista de moda estadounidense Vogue. La finalidad principal ha sido analizar cómo la imagen arquetípica de la mujer ha evolucionado desde principios del siglo XIX hasta la actualidad, reflejando y modelando los cambios socioculturales y los estereotipos de género. La metodología emplea un estudio cualitativo de las portadas Vogue a través de unas categorías analíticas que permiten un examen exhaustivo de la evolución de la moda y los ideales de belleza en las diferentes épocas.

**PALABRAS CLAVES**

Imagen arquetípica, estereotipos de género, transformaciones socioculturales, influencia mediática y revista Vogue.

“The Evolution of Women through Vogue Covers: A Sociological Study on the Female Figure in the Fashion Industry”

**AUTHOR**

Alba Vila Rodríguez

**TUTOR**

Dr. Sara García Cuesta

**ABSTRACT**

This work proposes an overview of the evolution of women throughout the history of the American fashion magazine Vogue. The main objective has been to analyze how the archetypal image of women has evolved from the early 19th century to the present, reflecting and shaping sociocultural changes and gender stereotypes. The methodology employs a qualitative study of Vogue covers through analytical categories that allow for a comprehensive examination of the evolution of fashion and beauty ideals in different eras.

**KEYWORDS**

Archetypal Image, Gender Stereotypes, Sociocultural Transformations, Media Influence and Vogue Magazine.

## ÍNDICE

### 1. CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN

- 1.1. ¿Por qué Vogue? El objeto y tema de estudio.
- 1.2. Objetivos e hipótesis de la investigación.
- 1.3. Presentación breve de la metodología empleada.

### 2. CAPÍTULO 2: CONTEXTUALIZACIÓN Y REVISIONES TEÓRICAS

- 2.1. Breve resumen histórico de la revista Vogue.
- 2.2. Evolución de la imagen de la mujer en la sociedad (siglo XIX-siglo XXI).
- 2.3. Reflexiones sobre el papel de las revistas de moda en la construcción de la imagen femenina.

### 3. CAPÍTULO 3: METODOLOGÍA

- 3.1. Selección de fuentes de análisis bibliográficas relevantes.
  - 3.1.1 Muestra y criterios de selección.

### 4. CAPÍTULO 4: ANÁLISIS Y DISCUSIÓN

- 4.1. Tendencias y cambios en la imagen de la mujer a través de las décadas en Vogue
  - 4.1.1. Década 1: Belle Époque.
  - 4.1.2. Década 2: Periodo de recesión.
  - 4.1.3. Década 3: Postmodernidad y Neoliberalismo
  - 4.1.4. Década 4: Siglo XXI. Progresión Neoliberal y Alto Desarrollo Tecnológico.

- 5. Conclusiones
- 6. Bibliografía
- 7. Anexos

## 1. CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN

### 1.1. ¿Por qué Vogue? El objeto y tema de estudio.

Esta investigación se presenta en calidad de trabajo de fin de grado “La evolución de la imagen arquetípica de la mujer a través de las portadas Vogue”, con la finalidad principal de analizar la evolución de la figura femenina a lo largo de la historia de la revista Vogue.

La elección de este tema se debe a mi gran interés sobre el mundo de la moda y la construcción/evolución de la imagen femenina en él. Históricamente, la moda ha sido empleada como un símbolo de expresión, representación y, en muchas ocasiones, de cierta revolución para las mujeres a través de su incursión en ella. En las portadas de las revistas se han visto reflejados los cambios sociales y culturales que han ocurrido en relación a los derechos de las mujeres, no solamente la evolución de la moda.

La revista por excelencia de la moda lleva vigente en nuestra sociedad 131 años desde su primera edición. Fundada en el año 1892 por el empresario americano Arthur Baldwin Turnure es considerada como “*la biblia de la moda*” (Academoda, 2022). Este ha sido el principal motivo de elección de la revista Vogue, porque su longevidad la convierte en una herramienta muy valiosa para comprender los cambios socioculturales en la imagen arquetípica de la mujer.

Tanto la moda como la forma de comunicar se encuentran siempre en constantes cambios cuyo análisis permite realizar una reflexión sobre la evolución de la construcción de la imagen arquetípica femenina. En este caso, a través de la Revista Vogue porque, como se ha señalado previamente, su longevidad e impacto la señala como relevante para observar la evolución social de los últimos cien años y comprobar que, incluso hoy en día, prevalecen ciertos cánones, prejuicios y visiones dentro del sector y de la imagen de la mujer.

Vogue se presenta siempre como un medio de comunicación adaptativo a los cambios, siendo en muchas ocasiones la propia revista quien los ha generado. Todas las portadas, si hacemos una recolección, podremos ver reflejados todos estos

conceptos que se mencionan y en el momento que como sociedad se estaba viviendo, junto con los intereses del público.

Los elementos de subordinación u opresión de las mujeres (denominados así por una u otra perspectiva crítica), han estado siempre muy vigentes a través de la moda. Las mujeres han estado muy expuestas a ciertas desigualdades de género y muy condicionadas a normas sociales y expectativas. A todos estos conceptos debemos sumarle las grandes influencias que los medios de comunicación y la industria de la moda, sobre todo las revistas, han promocionado a través de los estándares de belleza. Según Goffman (1979), los publicistas utilizan las expresiones de género que se manifiestan en la sociedad y los reproducen de forma exagerada, de tal forma que se asimilan una serie de ideas irreales, formando así un proceso de construcción social de género e identidad.

## 1.2. Objetivos e hipótesis de la investigación.

Esta investigación tiene como objetivo principal estudiar el tratamiento de la imagen de la mujer en el medio de comunicación de la revista Vogue a lo largo de su historia y con perspectiva de género para comprobar la evolución de algunos aspectos culturales que se desarrollan en los objetivos específicos:

1. OE1. Detectar los cambios sufridos en los estándares sociales de belleza femenina que suscribe Vogue a través del análisis de la evolución de sus portadas desde sus orígenes.
2. OE2. Hacer una reflexión sobre los cambios sociales y culturales asociados a dichas portadas, que reflejan el cambio de la modernidad hacia los valores posmodernos.

Con estos objetivos específicos se pretende orientar dicha investigación para proporcionar una visión enriquecedora del tema propuesto, analizando cómo han evolucionado los estándares de belleza a lo largo del tiempo a través de las portadas de una revista de gran impacto social como referente de moda a lo largo de más de cien años. Esto supone una reflexión sobre la moda, la cultura popular y la percepción de

la imagen femenina y permite realizar comparaciones entre las portadas de diferentes épocas teniendo en cuenta los diferentes contextos socioculturales y la evolución de los estereotipos y el papel de las mujeres en el mundo occidental.

#### 1.4. Presentación breve de la metodología empleada.

En esta investigación, se emplea la metodología cualitativa con un estudio *interpretativo*<sup>1</sup>, con un análisis basado en la sistematización de recogida de información en fichas que recogen aspectos seleccionados desde una muestra portadas de cada una de las etapas analizadas, investigando así los patrones de belleza femenina. A este trabajo de generación de datos se le añadirá el correspondiente análisis bibliográfico. A través de esta investigación, nos acercamos al escenario social y cultural desde el punto de vista de la imagen ideal que se refleja en un estudio de comprensión de alto impacto social.

Como la orientación de esta investigación es un análisis evolutivo de las portadas de la revista Vogue a lo largo del tiempo, comenzaremos con un análisis de finales del siglo XIX (1892), seguiremos con el siglo XX y finalmente el siglo actual, el XXI, distinguiendo cuatro etapas que se explican en el capítulo 3.

---

<sup>1</sup> Este tipo de análisis plantea que la realidad se interpreta desde las percepciones y observaciones de las personas implicadas y que quienes analizan también están influidos por su propio sesgo interpretativo, asumiendo que el proceso de conocimiento supone una interacción entre sujeto y objeto y, por tanto, la investigación siempre estará influida por los valores y percepciones de quien investiga (Geertz, 1973, 1983). En ese sentido, no se trata de buscar relaciones de causalidad o representación en sí, sino de tratar de entender los significados e intenciones de las producciones humanas, en este caso, las representaciones de la moda.

## 2. CAPÍTULO 2: CONTEXTUALIZACIÓN Y REVISIONES TEÓRICAS.

### 2.1. Breve resumen histórico de la revista Vogue.

En 1892 nace la revista americana que conocemos a día de hoy, Vogue. Esta legendaria revista fue creada por el empresario Arthur Baldwin Turnure con una periodicidad semanal y con un público objetivo tanto de hombres como de mujeres que pertenecían a la *aristocracia* neoyorquina. Sus publicaciones estaban enfocadas en el deporte, las representaciones, los libros, la música, etc, todo escrito desde el literato.

Diecisiete años después, la revista pasa a estar en manos del neoyorquino y empresario Condé Nast al fallecer Turnure. La nueva directiva decidió cambiar el funcionamiento y objetivo de la revista apostando por la publicidad, el mundo de la moda y la bimensualidad. El nuevo público objetivo son las mujeres y no solo de la ciudad de Nueva York, su proyección pasa a ser mundial, llegando en la actualidad a ser considerada la revista más influyente del mundo que cuenta con una edición de veinte países distintos como por ejemplo, Italia, Francia, Inglaterra, Australia, España, Brasil, China, Grecia, India, Japón, Corea, México, Portugal o Rusia.

La revista atravesó decisiones que llevaron a su especialización. Conde Nast tomó conciencia de que los ingresos de la revista no podían depender exclusivamente de la ayuda de los empresarios, sino que debían provenir de la publicidad y las ventas. Estas tendrían que estimularse empleando a los fotógrafos e ilustradores más destacados de aquel momento para colaborar con él en dicha labor.

En 1916, debido a la Primera Guerra Mundial, la revista se vio obligada a trasladar sus ediciones a Inglaterra. Este cambio resultó en una oportunidad para comercializar la revista en países como Francia (en 1916) e Inglaterra (en 1924). No fue hasta la década de los 80 que la revista llegó a ser impresa en España.

A lo largo de sus ciento treinta y un años de historia, Vogue ha tenido un total de *siete directoras jefe sucesivas*. Sin duda, la posición de cada una de estas mujeres respecto a la revista define también las portadas que representan sus planteamientos



respecto a la moda, la figura femenina y el estilo de marca de Vogue. La primera de ellas fue Josephine Redding (1892-1901), quien destacó por crear ejemplares de la revista que trascendían el concepto de una simple "revista para mujeres". En su interior, se incluían poesías, ilustraciones junto a una tipografía impecable y fotografías, ya que dotaba de gran importancia al departamento de arte. Marie Harrison (1901-1914) fue sucedida por Edna Woolman Chase (1914-1951), quien se destacó como la primera en organizar un desfile de moda en Estados Unidos y en impulsar la industria textil nacional. Además, contribuyó a consolidar la moda femenina estadounidense. Una de sus consignas era "más gusto que dinero" (O'Hara, Georgina, 1989).

Posteriormente, Jessica Daves (1952-1963) se convirtió en directora, enfocándose en publicaciones que abordaban el mundo de la moda, el hogar y el entretenimiento. Daves demostró habilidades valiosas para atraer a fotógrafos y escritores de gran talento, quienes se considera que contribuyeron significativamente al avance de la revista. Durante su dirección, se contrató a Irving Penn, un reconocido fotógrafo estadounidense que revolucionó la fotografía de moda al utilizar principalmente la luz natural y eliminar elementos superfluos.

Diana Vreeland (1963-1971) fue una destacada columnista y editora en el ámbito de la moda, quien celebró la singularidad de los años sesenta. Ella acuñó el término "*youthquake*" para describir el movimiento cultural de la época y cambió el panorama de la industria de la moda y la cultura popular. Además, se destacó como una cazatalentos, descubriendo a importantes artistas de la época.

Grace Mirabella (1971-1988) fue una escritora que aportó un enfoque más relajado a la revista, adoptando un estilo más informal y presentando prendas de ropa más asequibles pero elegantes. Uno de sus logros más destacados fue establecer colaboraciones con diseñadores de renombre como Halston, Saint Laurent, Geoffrey Beene y Ralph Lauren. Bajo su dirección, los ingresos de la revista aumentaron a un total de 79.5 millones de dólares y alcanzó una circulación de 1.2 millones de ejemplares. Fue Mirabella quien transformó la revista en una publicación mensual.

Finalmente, Anna Wintour (1988-presente) se destaca como escritora, periodista y ejecutiva, y es la editora jefa de la icónica edición estadounidense de Vogue. Ha ejercido una de las mayores influencias en la industria de la moda y se convirtió en la primera directora artística de todas las publicaciones del grupo editorial Condé Nast. Durante su dirección, Wintour implementó diversos cambios significativos, como mostrar a las modelos de cuerpo entero en las portadas, a diferencia de su predecesora, quien se oponía a ello y solo mostraba el rostro de las modelos.

El sello distintivo de Wintour se caracteriza por presentar modelos poco conocidas en fotografías exteriores con luz natural, combinando prendas de bajo coste con creaciones de destacados diseñadores. Actualmente, la revista ofrece producciones fotográficas, reportajes sobre las últimas tendencias, destacando nuevas promesas en la moda, apariciones de reconocidas modelos y diseñadores de renombre, así como colaboraciones con destacados escritores y fotógrafos a nivel mundial. Algunas de las modelos más influyentes en la industria, como Naomi Campbell, Kate Moss y Gisele Bündchen, revolucionaron la industria con sus apariciones en la revista. Naomi Campbell, en particular, fue la primera mujer negra en protagonizar una portada de Vogue.

Según el artículo de "Vogue España, la revista de moda y belleza más leída en 2023" (2023), en España, Vogue cuenta con 1,4 millones de lectores mensuales. En Estados Unidos, la revista Vogue cuenta con una comunidad significativa de lectores. Según Condé Nast, Vogue atrae a más de 86.3 millones de lectores únicos en su edición en línea cada mes. Esta cifra incluye tanto la audiencia de su sitio web como sus seguidores en plataformas sociales y suscriptores de boletines (Condé Nast, s.f.)

## 2.2. Evolución de la imagen de la mujer en la sociedad desde el siglo XIX hasta el XXI.

Las revistas de moda sostienen, evidencian y también transforman la imagen de la mujer vigente en cada época. Según Villegas (2014), definimos "imagen de la mujer" como aquellos símbolos que se han generado en una cultura creando una concepción asociada a la mujer. Dichos símbolos han podido ser apropiados a través

de las propias miradas entre mujeres o ser impuestos por modelos arquetípicos desde los patrones culturales dominantes.

El siglo XX se considera el siglo de la imagen y las mujeres han aparecido siempre representadas en él. El citado siglo da cuenta más que ninguno de la evolución de la imagen de la mujer en la sociedad desde el siglo XIX hasta el XXI, constatar un proceso de cambio social muy significativo. En este proceso, las mujeres han transformado algunos de los roles de género más arraigados, en su lucha por la igualdad y el empoderamiento femenino en diferentes ámbitos de la vida.

Tal evolución se ha visto influenciada por una serie de factores históricos, sociales, y culturales que han modelado la percepción femenina a lo largo del tiempo: durante el siglo XIX, la imagen femenina estaba muy influenciada por los roles tradicionales de género. La posición de la mujer junto con su imagen experimentaron transformaciones contundentes asociadas al efecto de las primeras reivindicaciones feministas ilustradas y, posteriormente, a los cambios sociales de la industrialización y el proceso de modernización.

En general, durante el siglo XIX las mujeres ideales eran vistas como el “ángel del hogar”: las mujeres debían ser puras, virtuosas, sacrificadas, pacientes, amables, dedicadas, sumisas. A esta abnegación al rol de madre, esposa e hija ideal, se le unen la fragilidad y dependencia, como parte del arquetipo de mujer. Al ser consideradas como frágiles y también emocionales, “necesitaban” de la protección del hombre -arquetípicamente el ganador del pan, el protector de la familia- para ser capaces de enfrentarse al mundo exterior. Su principal labor era doméstica, por lo que la crianza de la prole junto con el cuidado de la casa era su principal deber. En la alta aristocracia del siglo XIX, la imagen de la mujer además de estos estereotipos se representaba vinculada a la posición económica del esposo o la familia de origen.

Los estereotipos que estas mujeres de “alta sociedad” en la época debían cumplir se basaron principalmente en la elegancia, sofisticación y el ocio. De ellas se esperaba que vistieran con prendas de alta calidad, siguieran las últimas tendencias en la moda y tuviesen una presencia impecable en los eventos a los que frecuentemente

solían acudir ya que su vida se asociaba con una idea de vida muy ociosa y centrada en actividades de entretenimiento tipo bailes, recepciones, el arte, la música, etc.

A medida que el siglo avanzaba, las mujeres empezaron a cuestionar estos mandatos de género y a reivindicar una mayor autonomía en la sociedad. Surgió un movimiento sufragista en diversos países, inspirado en las ilustradas francesas del siglo XVIII y cientos de mujeres desafiaron a las normas ya establecidas, organizándose y manifestándose para exigir sus derechos en asuntos públicos.

El progresivo proceso de industrialización en sus distintas etapas de revolución industrial generó grandes oportunidades laborales para las mujeres fuera del hogar que las impulsaron en sus aspiraciones de autonomía y ciudadanía. El empleo industrial permitió a las mujeres campesinas que cuidaban y se dedicaban al campo tener un empleo remunerado -aunque en las pésimas condiciones de la época. Se visibilizó entonces la utilidad laboral de las mujeres. A su vez, las mujeres de clases medias reivindicaron incorporarse a la educación y al trabajo profesional y, muy poco a poco, ingresaron en facultades y colegios profesionales, muy a menudo sin poder ejercer (García Cuesta: 2009).

Si relacionamos estos rasgos asociados a las mujeres con la vestimenta que empleaban se aprecia claramente cómo esta va cambiando según los ideales que se presentaba en cada época. Durante el siglo XIX, la vestimenta femenina se diseñaba para resaltar y enfatizar la delicadeza del cuerpo femenino, los vestidos eran ajustados en la cintura y amplios en las faldas y las telas empleadas eran el encaje, la muselina, etc.

Los valores de modestia y recato también quedaron reflejados en la vestimenta, se evitaron los escotes pronunciados y los brazos siempre estaban cubiertos o bien por las mangas largas o si no por los guantes.

Los corsés eran una prenda muy común en esta época, comúnmente se empleaban para modificar la estructura del torso y resaltar así la cintura. Estos corsés limitaban completamente la movilidad de las mujeres llegando incluso a impedir que estas se sentasen. Este tipo de prensas se puede relacionar con la dependencia y sujeción que las mujeres presentaban a las normas sociales. En el caso de las mujeres

de clase popular que desempeñan un rol doméstico y maternal, se esperaba que su vestimenta fuese funcional y práctica, siendo una prenda muy común el delantal para proteger así la ropa de las manchas que se pudiesen desempeñar.

*“La mujer ha sido siempre el esclavo de los hombres, y no hay época en la historia en que haya sido más esclava que en el siglo XIX; ninguna institución ni costumbre ha sido más hostil hacia ella que la civilización cristiana.” - Elizabeth Cady Stanton, sufragista y líder del movimiento de derechos de las mujeres en el siglo XIX.*

En el siglo XX, la imagen de la mujer experimentó una evolución significativa desde las apariciones restrictivas hasta la aparición de nuevos modelos y redefinición de la belleza y la feminidad. A principios del siglo seguíamos con la idea de mujer sumisa, delicada y femenina enfocada en el cuidado del hogar y la maternidad, sin embargo, a medida que avanzaba el siglo se produjeron cambios significativos en la imagen de la mujer que desafiaron estos estereotipos tradicionales.

No obstante, este inicio del siglo es también el de la Belle Époque (1870-1914), el punto de partida de grandes avances de la ciencia y de la noción moderna de progreso, economía, consumo y arte. Las poblaciones mejoraron sus condiciones de vida pero, a la vez, se visibilizaban las grandes desigualdades y conflictos bélicos. En el año 1920 surgieron las “flappers” que buscaban su independencia y su libertad.

Posteriormente, las dos Guerras Mundiales (1914-1945) y el período de entreguerras reflejan la ambivalencia de las mujeres incorporadas a las fábricas de armamento y producción de bienes básicos sustituyendo a los hombres que combatían y su posterior retirada al hogar, con una división sexual del trabajo que se mantuvo fuerte hasta los 50 en occidente.

En las décadas de los años 60 y posteriores del siglo XX se empezó a promover una mayor representación y reconocimiento por parte de las mujeres en campos como la política, los negocios, las artes y la ciencia. Los valores de individualismo, autonomía y diversidad calaron también en la imagen femenina, asociándose a las llamadas revoluciones sexuales y de la sexualidad. Lo personal es

político, las mujeres cuentan, “el segundo sexo” de Beauvoir (1949) había calado y los valores modernos y postmodernos empezaban su debate también en lo referente al cuerpo y la imagen de las mujeres.

En cuanto a los medios de comunicación, la imagen de la mujer en el siglo XX también evolucionó con la propia progresión de estos medios . A medida que los medios se hicieron más accesibles, se empezó a buscar una representación más realista y positiva de las mujeres. Los mismos medios que presentaban arquetipos del “deber ser” femenino, tanto en sus valores como en sus cuerpos, también cuestionaron los movimientos estándares de belleza restrictivos y, ya finalizando el siglo XX, se empezó a promover la inclusión de diferentes tipos de cuerpos y apariencias.

2.3 Reflexiones sobre el papel de las revistas de moda en la construcción de la imagen femenina.

Las revistas de moda forman un papel fundamental en la construcción de la imagen femenina. Son aquellas que a través de sus páginas, más concretamente de sus portadas han influenciado a la gran mayoría de las mujeres en la sociedad.

Históricamente, a través de las portadas de las revistas se han promovido estándares de belleza caracterizados por las tendencias de cada época. Podemos decir que gravemente muchas mujeres se han visto envueltas en unos estándares de belleza difíciles de alcanzar. Un ejemplo, sería la “dieta de modelo” de los años 90. Esta dieta estuvo impulsada por mujeres como Kate Moss<sup>2</sup>. Posteriormente, ya en el cambio de siglo, la universidad de Harvard, lanzó un estudio en donde afirmó que los cuerpos extremadamente delgados pueden desarrollar trastornos alimenticios (Harvard University, 2017). La Asociación Nacional de Trastornos de la Alimentación (NEDA) afirmó que el 70% de las mujeres en su etapa de la adolescencia son mayormente influenciadas por la percepción de cuerpos ajenos, contribuyendo así a la insatisfacción corporal propia (National Eating Disorders Association, 2020). En el año 2007, diseñadores de

---

<sup>2</sup> Dieta extremadamente restrictiva influenciada en los años 90 por supermodelos como Kate Moss. Esta dieta se limitaba en la ingesta de muy pocas calorías diarias eliminando grupos alimenticios enteros con el objetivo de mantener una figura extremadamente delgada. Vease SOLEY-BELTRÁN, Patricia (2010).

Moda en Estados Unidos, lanzaron una iniciativa llamada CFDA Health Initiative, para promover prácticas saludables y que las modelos cuidasen su salud y bienestar (Council of Fashion Designers of America, 2007)

En los orígenes, las revistas de moda reforzaban los roles de género (British Vogue, 1933) pero, con el paso de los años, esta concepción se ha visto modificada hacia un enfoque más inclusivo y de apariencia empoderadora, sobre todo en lo relativo a la diversidad, presentando así una mayor visibilidad a diferentes tipos de cuerpos, etnias y estilos de vida (UK Women's Institute, 2018). Un gran hito fue que, en 2016, la portada de la revista Vogue fue representada por Ashley Graham, una mujer de talla grande, hecho que marcó un antes y un después en la industria de la moda.

Si bien estas prácticas han ido mejorando con el paso de los años, la presión por los estándares de belleza persiste en nuestro día a día. Han proporcionado plataformas para el empoderamiento femenino, mostrando mujeres en liderazgo y como íconos de éxito, sin embargo y al mismo tiempo, las revistas han perpetuado un modelo opresivo e irreal de belleza que ha contribuido a la presión social y a la insatisfacción corporal. Este dualismo es evidente en la forma en la que ha evolucionado la revista Vogue a lo largo de las décadas: se ha incluido una mayor diversidad y se ha promovido el empoderamiento a la vez que se han mantenido unos estándares de belleza estrictos y difíciles de alcanzar.

En la era digital, las revistas han visto amplificado su alcance. Las imágenes y los estándares promovidos por las revistas se difunden con mayor facilidad, lo que ha llevado a que la belleza se haya visto democratizada. Ha aumentado la presión por mantener una apariencia idealizada, debido a que surgen con mayor facilidad las comparaciones por la audiencia y el alcance tan global que se ha generado. No obstante, durante los últimos años, las revistas de moda han realizado un esfuerzo notable por incluir a grupos marginados históricamente, como una mayor representación de las modelos de diferentes etnias, tallas, edades y capacidades, como por ejemplo a modelos como Winnie Harlow, que sufre de vitiligo, una enfermedad que causa la pérdida de color en la piel.

A pesar de sus esfuerzos por diversificar la representación de la belleza, las revistas de moda siguen mostrando una preferencia por la juventud. La mayoría de las portadas son mujeres jóvenes, lo que perpetúa el ideal de que la juventud es belleza. Las revistas de moda tienen un potencial de ser educativas y de conciencia social. En los últimos años el contenido ha comenzado a abordar temas como la justicia social y los derechos de las mujeres lo que refleja la reciente responsabilidad de las publicaciones para emplear su alcance y poder de manera positiva.



### **3. CAPÍTULO 3: METODOLOGÍA.**

#### **3.1. Selección de fuentes de análisis bibliográficas relevantes.**

Para la realización de este análisis es necesario que aspectos vinculados con la publicidad, la moda, los estereotipos de género y la evolución de las representaciones femeninas hayan sido estudiadas. Por ello, para el presente trabajo, se ha realizado un análisis bibliográfico previo, sustentado en una selección de artículos de impacto y actualidad que proporcionan una base teórica.

Respecto al contexto histórico más general, afirmamos que la moda ha existido desde el inicio de la humanidad, con ejemplos en Egipto, la antigua China, Grecia y Roma, donde las prendas servían tanto como protección contra el clima como símbolos de expresión social. Este origen lejano proporciona un referente para entender la importancia funcional y evolución de la moda, así como la persistencia de ciertos estereotipos y roles de género a lo largo del tiempo.

La moda cumple con una función comunicativa e identificativa esencial para la construcción de la identidad individual en un contexto global. Casablanca Migueles, Luis y Chacón Gordillo, Pedro (2014) destacan cómo la vestimenta actúa como un medio de comunicación, proyectando una imagen determinada ante los demás. Esta perspectiva es crucial para entender cómo las portadas de Vogue influyen en la percepción de la identidad femenina y en la construcción de los estereotipos de género.

En lo que respecta al consumo de moda y estilo de vida, Bourdieu señala la existencia de tres grandes grupos: la clase alta, con mayores recursos económicos y sociales (y por tanto, mayor acceso al consumo de cultura y lujo), la media burguesía y las clases populares (obligadas a consumir de acuerdo con sus necesidades más perentorias). En esta clasificación, reside el principio mismo de la moda como elemento de diferencia social, en tanto que la clase alta, como ostentadora del poder económico y social, es capaz de determinar e imponer la elegancia y la calidad como valores contrapuestos a lo vulgar (García Martínez, 2007).

Luque Ortiz, Sergio (2017) reflexiona sobre la influencia de los medios de comunicación en el consumo y cómo las revistas de moda introducen patrones de consumo entre sus lectores. Estas actúan como portavoces a gran escala en la difusión de productos, vestimenta y estilos de vida, un análisis que resulta vital para la comprensión del papel que realiza Vogue en la promoción de estándares de consumo y moda y de qué manera esta revista configura las aspiraciones y los comportamientos de sus audiencias.

La publicidad y las revistas de moda han sido históricamente herramientas de socialización que perpetúan estereotipos y roles de género. Bravo Villasante, María (2010) analizan cómo la publicidad ha reforzado estos roles tradicionales, especialmente después de la Primera Guerra Mundial. Un análisis que proporciona una visión más histórica de la evolución de los estereotipos de género y cómo estos se reflejan en las representaciones mediáticas.

En las décadas de los años sesenta y setenta, el feminismo resurge con fuerza, afectando también a cómo las mujeres eran representadas en el mundo de la moda y la publicidad. Naomi Wolf en su obra “El mito de la belleza” habla sobre que la belleza ha sido siempre un “valor” añadido para las mujeres; “el requisito de belleza profesional (RBP) pasa de ser un requisito exigido en ciertas profesiones de exhibición a un requisito exigido a cualquier empleo que requiera un contacto de las mujeres con el público. El RBP acabó exigiendo en cualquier empleo en el que la mujer no trabaje completamente aislada” (Wolf, 1990, p.54).

La figura arquetípica de la *mujer fatal* sigue siendo hoy en día un estereotipo recurrente en la publicidad, empleado para persuadir y seducir al público. Hidalgo-Marí, Tatiana (2015) discute cómo este arquetípico femenino ha sido adaptado a lo largo de la historia para reflejar una imagen de seducción y poder, mientras las mujeres siguen siendo objeto de deseo. Un estereotipo que es de gran relevancia para entender las representaciones en la revista Vogue.

Gómez de Travesedo Rojas, Ruth y Almansa Martínez, Ana María (2018) destacan como el cuerpo femenino es empleado como un maniquí en la publicidad de

la moda, perpetuando estándares de belleza inalcanzables y opresivos. Este uso del cuerpo femenino como objeto estético subraya la necesidad de un análisis crítico.

El análisis de estos textos ha fundamentado la selección muestral en torno a los referentes y etapas descritas. A continuación, se presentan la muestra y criterios de selección para el análisis de las portadas de Vogue.

### 3.1.1 Muestra y criterios de selección.

El estudio basado en la mencionada metodología cualitativa, exploratoria e interpretativa tiene como objetivo realizar una interpretación periódica de las portadas. Dicha producción de datos se ha basado en dos fases:

Primera Fase: Análisis de las portadas de Vogue:

Selección de portadas Vogue: paso fundamental para la investigación que reflejan los ideales de belleza -y los valores y roles sociales implícitos en ellos- protagonistas del proceso descrito entre el siglo XIX y el XXI, dando cuenta de un amplio marco temporal que permite observar la evolución y los cambios en los patrones de la imagen arquetípica de la mujer. Para asegurar una representación correcta, se seguirán varios criterios específicos en la selección de portadas:

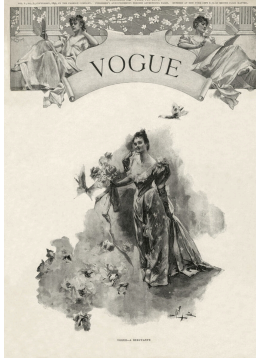


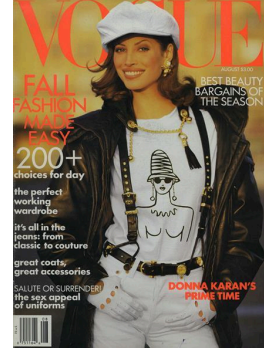
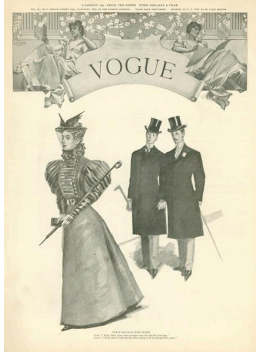


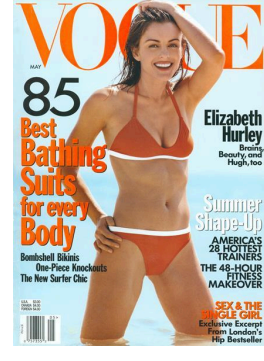
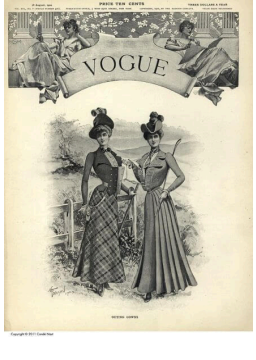



1. Representatividad Temporal: Se eligieron portadas con rasgos característicos de cada década desde el inicio de la revista en el año 1892 hasta la actualidad. De esta manera, se asegura una amplia y variada muestra que refleja los principales cambios sociales, culturales y estéticos. Se categorizan las etapas mencionadas en el capítulo anterior, dando representación a cuatro etapas previamente descritas:
  - a. La llamada Belle Époque (1870-1914) coincide con los inicios de Vogue.
  - b. El periodo de recesión, junto con las dos Guerras Mundiales y la primera postguerra (1914-1950).

- c. Las décadas de transformación hacia la postmodernidad (1960-1980) y auge del neoliberalismo (1990).
  - d. Inicios del siglo XXI, de progresión neoliberal y alto desarrollo tecnológico.<sup>3</sup>
2. Iconicidad y Popularidad: Se dará preferencia a las portadas que mayor impacto han tenido en la sociedad. Esto ya bien ha podido ser por sus tendencias significativas, su popularidad o su iconicidad. Mayoritariamente tales portadas nos permiten una mayor comprensión de los patrones de belleza.
  3. Diversidad de Estilos y Tendencias: Se incluirá una variedad de estilos y tendencias de moda representativos a lo largo de la historia. El objetivo es realizar un análisis exhaustivo de cómo los ideales de belleza han evolucionado en función de los movimientos artísticos y culturales que han influido en la representación de la mujer en Vogue.
  4. Factores Socioculturales: Se añadirán portadas que hayan sido representativas en cuanto a los roles de género en la percepción de la mujer en la sociedad. Se incluirán portadas que hayan sido transgresoras para la época, desafiando así los estereotipos.

A continuación, un cuadro sistematizado con las siguientes etapas mencionadas y las correspondientes portadas elegidas, que en total han sido 40 portadas, 10 de cada una de las etapas citadas.

---

<sup>3</sup> Estas categorías capturan la evolución de la moda y la representación femenina, reflejando cambios culturales y sociológicos significativos. Otros medidores podrían no ofrecer el mismo nivel de detalle o relevancia para el estudio específico de la imagen arquetípica de la mujer en la industria de la moda.

<p><b>Béle Époque</b> (1870-1914)</p>	<p><b>Periodo de Recesión.</b> (1914-1950)</p>	<p><b>Postmodernidad</b> (1960-1980) y <b>Neoliberalismo</b> (1990)</p>	<p><b>Siglo XXI.</b> <b>Progresión</b> <b>Neoliberal y Alto</b> <b>Desarrollo</b> <b>Tecnológico.</b> (actualidad)</p>
 <p>1892 <a href="https://archive.vogue.com/issue/18921217">https://archive.vogue.com/issue/18921217</a></p>	 <p>1919 <a href="https://archive.vogue.com/issue/19190601">https://archive.vogue.com/issue/19190601</a></p>	 <p>1960 <a href="https://www.dsigno.es/blog/disenio-de-moda/la-historia-de-una-revista-de-moda-vogue">https://www.dsigno.es/blog/disenio-de-moda/la-historia-de-una-revista-de-moda-vogue</a></p>	 <p>1992 <a href="https://archive.vogue.com/issue/19920801">https://archive.vogue.com/issue/19920801</a></p>
 <p>1895 <a href="https://archive.vogue.com/issue/18950808">https://archive.vogue.com/issue/18950808</a></p>	 <p>1926 <a href="https://archive.vogue.com/issue/19260701">https://archive.vogue.com/issue/19260701</a></p>	 <p>1966 <a href="https://archive.vogue.com/issue/19660401">https://archive.vogue.com/issue/19660401</a></p>	 <p>1998 <a href="https://archive.vogue.com/issue/19980501">https://archive.vogue.com/issue/19980501</a></p>
 <p>1900</p>	 <p>1929</p>	 <p>1974</p>	

<p><a href="https://archive.vogue.com/issue/19000816">https://archive.vogue.com/issue/19000816</a></p>	<p><a href="https://archive.vogue.com/issue/19290427">https://archive.vogue.com/issue/19290427</a></p>	<p><a href="https://archive.vogue.com/issue/19740801">https://archive.vogue.com/issue/19740801</a></p>	<p>2000 <a href="https://www.vogue.es/moda/news/articulos/febrero-2000/3289">https://www.vogue.es/moda/news/articulos/febrero-2000/3289</a></p>
 <p>1908 <a href="https://archive.vogue.com/issue/19081008">https://archive.vogue.com/issue/19081008</a></p>	 <p>1940 <a href="https://archive.vogue.com/issue/19400815">https://archive.vogue.com/issue/19400815</a></p>	 <p>1981 <a href="https://archive.vogue.com/issue/19810901">https://archive.vogue.com/issue/19810901</a></p>	 <p>2006 <a href="https://www.vogue.es/moda/news/articulos/mayo-2000/3291">https://www.vogue.es/moda/news/articulos/mayo-2000/3291</a></p>
 <p>1910 <a href="https://www.vogue.es/living/galerias/ilustraciones-vogue-vintage-interior-causa">https://www.vogue.es/living/galerias/ilustraciones-vogue-vintage-interior-causa</a></p>	 <p>1945 <a href="https://archive.vogue.com/issue/19450915">https://archive.vogue.com/issue/19450915</a></p>	 <p>1988 <a href="https://archive.vogue.com/issue/19881101">https://archive.vogue.com/issue/19881101</a></p>	 <p>2015 <a href="https://www.vogue.es/moda/news/articulos/gigi-hadid-portada-vogue-marzo-2015/21826">https://www.vogue.es/moda/news/articulos/gigi-hadid-portada-vogue-marzo-2015/21826</a></p>



1911

<https://archive.vogue.com/issue/19110115>



1949

<https://archive.vogue.com/issue/19490101>



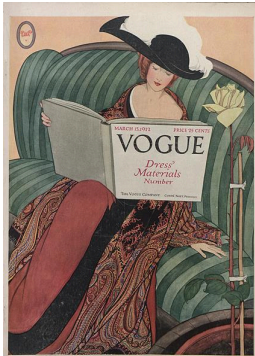
1990

<https://www.vogue.es/moda/articulos/peter-lindbergh-su-permodelos-90-historia>



2015

<https://archive.vogue.com/issue/20150901>



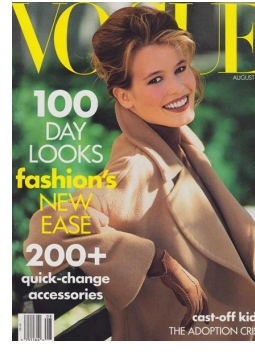
1912

<https://archive.vogue.com/issue/19120315>



1953

<https://archive.vogue.com/issue/19530515>



1990

<https://archive.vogue.com/issue/19900801>



2017

<https://www.vogue.es/moda/news/articulos/portada-vogue-abril-2017-primera-eugenia-torrente/28729>



1913

<https://archive.vogue.com/issue/19131215>



1957

<https://archive.vogue.com/issue/19570701>



1991

<https://archive.vogue.com/issue/19910401>



2021

<https://www.vogue.es/moda/articulos/paloma-elsesser->

			<a href="#">portada-mayo-202</a> 1
 <p>1914 <a href="https://archive.vogue.com/issue/19140801">https://archive.vogue.com/issue/19140801</a></p>	 <p>1959 <a href="https://archive.vogue.com/issue/19590501">https://archive.vogue.com/issue/19590501</a></p>	 <p>1991 <a href="https://archive.vogue.com/issue/19910801">https://archive.vogue.com/issue/19910801</a></p>	 <p>2024 <a href="https://www.vogue.es/articulos/lila-moss-entrevista-portada-vogue-marzo-2024">https://www.vogue.es/articulos/lila-moss-entrevista-portada-vogue-marzo-2024</a></p>

## 2. Sistematización de la información recogida:

Una vez realizada la selección de las portadas, se ha procedido a realizar una detallada observación de cada una, enfocándonos en identificar los patrones y cambios de imagen arquetípica de la mujer. Tal análisis incluirá elementos visuales y simbólicos presentes en las portadas como el estilo y moda, su postura y actitud y características físicas.

Con este análisis, se busca realizar de forma cronológica la evolución de los ideales de la belleza femenina y comprender también el papel influyente con el que se ha caracterizado siempre en la sociedad, analizando tendencias y continuidades a lo largo de la historia. Con ese fin, se realizarán una serie de fichas con una serie de categorías analíticas que se distribuirán de la siguiente manera:



<b>CATEGORÍAS ANALÍTICAS</b>	
<b>nombre</b>	<b>contenido específico</b>
<b>FECHA: DÍA/MES/AÑO</b>	- Día, mes y año de la portada.
Movimiento artístico	- Estilo artístico predominante.
Representación de tendencia del momento	- Moda y tendencias reflejadas.
Tipo de imagen.	- Dibujo o fotografía.
Autoría	- Nombre del pintor, ilustrador o fotógrafo responsable.
Identidad de la marca editorial	- Elementos distintivos de la revista.
Características del cuerpo femenino.	- Volúmenes y formas, estilo de pelo, tamaño de pecho y trasero, proporciones.
Imagen postural.	- Posición y actitud de la modelo.
Partes del cuerpo representado.	- Cuerpo entero, cara, espalda, escote, trasero, etc
Tipo de ropa.	- Época, volumen, tipo de prenda, colores y tipo de zapatos.
Presencia de complementos.	- Joyas, sombrero y bolso.
Maquillaje.	- Tipo de maquillaje presentado o cara lavada.
Estilo de fotografías.	- Coloridas o neutrales.
Representación masculina en la imagen.	- Presencia y rol de figuras masculinas si aparecen.
Estilo de prendas.	- Combinación de prendas exclusivas o accesibles. Ropa sport, de fiesta, casual, etc.
Protagonista de portada.	- Desconocida, actriz, cantante, modelo.
Figura individual o colectiva.	- Número de personas representadas.

Estereotipos de la mujer en el mensaje:	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Ama de casa, cuidadora.</li><li>2. Seductora, sexualmente disponible.</li><li>3. Infantilizada</li><li>4. Femme fatal (seducción empoderada y peligrosa).</li></ol>
Estereotipos de la mujer en el cuerpo:	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Fragilidad corporal</li><li>2. Cintura de avispa</li><li>3. Piel de porcelana</li><li>4. Piernas largas</li><li>5. Juventud en la piel y cuerpo</li><li>6. Pelo voluminoso</li></ol>

#### 4. CAPÍTULO 4: ANÁLISIS Y DISCUSIÓN.

Las fichas de análisis se han realizado con el propósito de desglosar y examinar a su vez todas las portadas de la revista Vogue a lo largo de las cuatro décadas presentadas, con el objetivo principal de poder identificar los estereotipos que se reflejaban a la sociedad a través de las portadas y cómo han ido evolucionando con el paso de los años. Conseguir analizar los mensajes indirectos que se lanzaban a la sociedad sobre el papel que debían adoptar las mujeres en cuanto a la representación de su cuerpo.

Para realizar dicho análisis sistemático y exhaustivo se definieron una serie de categorías analíticas que permitieron una evolución detallada de cada portada. Se ha identificado el movimiento artístico predominante en cada etapa, reflejando así las influencias culturales de la época junto con el análisis de la moda y la belleza que se caracteriza en cada momento. Se analiza también cómo la identidad visual de la revista Vogue se ha visto reforzada con el paso de los tiempos gracias al constante empleo de tipografías fijas que dotaban a la marca de sofisticación y elegancia.

En cuanto al cuerpo femenino, los volúmenes y formas de los cuerpos representados han sido uno de los objetivos más esenciales a analizar. El estilo en el cabello, el tamaño del pecho y el trasero han sido de gran observación para fijar qué tipo de tendencias se deseaban enseñar a la sociedad como ideal de belleza.

La vestimenta ha significado otro de los puntos claves para estas categorías analíticas como consecuencia de que gracias a la descripción de la ropa hemos conseguido alinear las tendencias de cada época.

Tratándose de un estudio sociológico de la imagen arquetípica de la mujer podemos decir que el análisis de las fichas se discutirá en términos de tendencias observadas, cambios significativos en la representación de la mujer y la evolución de los ideales de belleza y roles de género. El análisis de los estereotipos nos proporciona una comprensión profunda de cómo la sociedad percibe la imagen femenina y cómo los medios de comunicación como Vogue desempeñan un papel clave para la construcción y perpetuación de estos estereotipos. Además, la representación de los estereotipos nos lleva a un gran impacto psicológico y social. Diversos estudios han

demostrado que la exposición constante a imágenes idealizadas puede llevar a trastornos alimentarios, baja autoestima y otros problemas de salud mental (Grabe, Ward, & Hyde, 2008).

#### 4.1. Tendencias y cambios en la imagen de la mujer a través de las décadas en Vogue.

##### 4.1.1. Belle Époque. (1870-1914)

Caracterizado por una época de creciente bienestar económico, esta época se denomina como “tiempos felices”. Se trata de una época que comienza en la última década de finales del siglo XIX y termina con la llegada de la Primera Guerra Mundial en el año 1914.

La mujer en este periodo se presenta al mundo como una mujer encorsetada con el objetivo de realzar su silueta y conseguir la denominada cintura de avispa. Faldas extremadamente largas junto con mangas abullonadas son los principales elementos característicos de estas vestimentas. Además, todo estaba dotado de gran ornamentación.

Las actividades de ocio requerían de diferentes atuendos al igual que complementos. La alta sociedad a la que estaba dirigida la revista cubría su cuerpo con vestidos de día gracias a los cuellos altos y las altas mangas para conseguir así la piel de porcelana. Se peinaban con elegantes recogidos y complementaban sus vestidos con sofisticados sombreros dotados de múltiples detalles como la seda, el encaje, las plumas o las cintas.

El cuerpo femenino ideal comenzó a dotarse de un cintura muy estrecha combinado con un busto muy prominente influenciado por la corriente artística del Art Nouveau y el simbolismo que se caracterizaban por sus formas sinuosas, poses elegantes y decorativas. La mujer se idealiza con el objetivo de llegar a ser un ser delicado y frágil.

Progresivamente, las mujeres van reivindicando y, en ocasiones, ganando derechos y apareciendo a su vez en un mayor número de actividades de ocio y trabajo -espacios públicos-, con unos atuendos que van evolucionando hasta aparecer trajes de chaqueta y falda larga que cambiaron la moda femenina.

#### 4.1.2. Periodo de recesión y Guerras Mundiales (1914-1950).

Esta etapa crucial estuvo marcada por la Primera Guerra Mundial y la Gran Depresión del 29 en sus inicios. Durante este periodo la moda se adaptó a la practicidad y la funcionalidad de las restricciones económicas que dominaban a la sociedad junto con la necesidad de las mujeres de asumir roles más activos en la sociedad y el sector laboral. Aparece la era del *flapper* en la década del 1920. Las mujeres comenzaron a abandonar los corsés y las faldas largas por la elección de vestidos más cortos y sueltos, que dotaban a las mujeres de mayor libertad de movimiento. Durante este periodo la mujer representada era joven y moderna y desafiaba las normas sociales con su estilo de vida y vestimenta. Su silueta era andrógina y los peinados más comunes eran cortos, reflejando un ideal de belleza más liberado y juvenil.

Con la llegada de la Gran Depresión en los años 30 la moda se volvió más clásica y reservada para dejar de ser liberal y ostentosa. Se mostraban a las mujeres elegantes y refinadas, con vestidos largos y entallados que dejaban entrever la figura femenina. Los colores en los tejidos y complementos eran en tonalidades oscuras, siendo la moda un reflejo de la sobriedad con la que se vivían las dificultades económicas. Las mujeres se incorporan a la actividad laboral en fábricas y servicios en los periodos bélicos mundiales y regresan al modelo de ama de casa convencional (en el caso de las clases medias) durante las posguerras. Esto supone una ambivalencia digna de destacar, que puede observarse en la heterogeneidad de los mensajes de la época: mujeres que trabajan, mujeres sobrias, mujeres convencionales, seductoras, cuidadoras...

#### 4.1.3. Inicios de la Postmodernidad (1960-80) y Neoliberalismo (1990-).

En la segunda mitad del siglo XX acontecen una serie de relevantes cambios sociales que preludian la postmodernidad y el auge neoliberal. Son los años de las reivindicaciones feministas de la segunda y, muy rápidamente, la tercera ola. Los nuevos movimientos sociales pacifistas en el contexto de la Guerra Fría, las rebeliones de jóvenes estudiantes y obreros de la contracultura (mayo del 68), los movimientos democráticos de participación ciudadana en barrios y ciudades y por los derechos civiles, la desamortización industrial que se inicia con la Era Reagan-Thatcher y se extiende en los noventa a todo occidente.

Todos estos cambios aparecen representados a través de las tendencias de moda con nuevos estilos innovadores y más atrevidos. Las portadas de Vogue comenzaron a mostrar a mujeres que se posicionan dentro de la libertad y la independencia. Se populariza la minifalda como símbolo de atrevimiento, los pantalones campana, vestidos paper dress, etc. Las modelos con cuerpos delgados como Twiggy, representaban un nuevo modelo ideal de belleza que rompía con los estereotipos más antiguos.

Durante los años setenta se establecieron aún más en las tendencias de ropa los movimientos sociales del feminismo y el movimiento hippie. Las mujeres en las portadas Vogue reflejaban su libertad y experimentación. Aparecen las nuevas representaciones femeninas de diferentes etnias y diversos tipos de cuerpos y una de las tendencias más influyentes fue el estilo boho-chic.

Con la llegada de los años ochenta aparecen los excesos y el glamour, los colores eran llamativos y brillantes. Las portadas de Vogue reflejaban poder, éxito y las mujeres representadas eran profesionales de gran influencia como las supermodelos. Sus cuerpos eran esbeltos estableciendo nuevos estándares de belleza que se prolongan con la década yuppi de los noventa.

#### 4.1.4. Siglo XXI. Progresión Neoliberal y Alto Desarrollo Tecnológico (actualidad)

Finalmente, con la llegada del siglo XXI, la representación de la imagen femenina aparecen las nuevas tendencias en respuesta a los cambios sociales, culturales y tecnológicos acontecidos. A inicios del siglo surgen movimientos hacia la inclusión y la diversidad que conducen a Vogue a presentar una amplia variedad de cuerpos, etnias y estilos, aún permaneciendo la presión por cumplir con ciertos estándares de belleza. Las celebridades y modelos con cuerpos esbeltos, atléticos y tonificados se convierten en el nuevo ideal de belleza en competencia con los cuerpos extremadamente delgados y con posturas artificiosas que la revista presenta a finales de siglo.

La última década está influenciada por el creciente uso de la tecnología y el discurso de la conquista del empoderamiento femenino. Las portadas Vogue reflejan cambios en la voz femenina en la política, los negocios y su creciente preocupación por la sostenibilidad y la accesibilidad. Aparecen las campañas de belleza real y la representación de diversos cuerpos femeninos no normativos, o *no tan normativos*.

En el apartado Anexo se pueden observar las fichas realizadas, cuyo análisis ha servido para desarrollar estos capítulos y las conclusiones que a continuación se exponen. Este análisis puede ser más pormenorizado, pero su concreción en estas líneas responde a los objetivos previamente planteados.

## 5. CONCLUSIONES

A lo largo de más de un siglo, Vogue, no solo ha reflejado las tendencias de moda y belleza de cada época, sino que ha sido un espejo de los cambios socioculturales y los roles de género, capturando e influenciando en la percepción de la feminidad en la sociedad.

Durante la Belle Époque, la representación de la mujer estaba marcada por la ostentación y la sofisticación, reflejando una sociedad que valoraba la elegancia y la fragilidad femenina. Con la llegada de la Primera Guerra Mundial, la moda y la imagen femenina comenzaron a adaptarse en la revista a través de una nueva realidad en la que las mujeres asumieron roles más prácticos como consecuencia de las demandas económicas.

Los años veinte fueron un momento de liberación significativa en la moda femenina, gracias a la aparición del “flapper” y un estilo más andrógino y juvenil. En esta época se vio reflejada la independencia femenina y su participación en la vida pública. Las mujeres vieron una liberación en la moda femenina.

Poco a poco fueron apareciendo nuevos movimientos sociales reflejando el feminismo y los derechos civiles. Aquí Vogue comenzó a mostrar mayor variedad corporal y estilos más audaces. La moda cada vez se volvió más diversa y experimental, influenciada por movimientos como la cultura disco y el hippie. Años más tarde aparecen las supermodelos encarnando un ideal de belleza poderoso y exitoso que reflejaba una era de crecimiento económico y la nueva cultura del consumo.

En el siglo XXI, la representación de la mujer en Vogue evoluciona hasta conseguir una mayor inclusión y diversidad. Se refleja el cambio sociocultural de la aceptación y la celebración de diferentes tipos de belleza. En las portadas de la revista se comienzan a presentar una amplitud de cuerpos, etnias, estilos como respuesta a un público más consciente de las nuevas necesidades sociales.



La realización de este Trabajo de Fin de Grado ha sido una experiencia enriquecedora y desafiante por ambas partes que me ha permitido profundizar en el desarrollo de mis conocimientos sobre la imagen arquetípica de la mujer, su evolución a lo largo de la historia y ser un poco más conocedora de los diversos estereotipos que se desarrollaron a lo largo de la historia sobre las mujeres. A lo largo de este proceso, he desarrollado habilidades de investigación, análisis crítico y redacción académica.

He ampliado un conocimiento detallado sobre el estudio sociológico sobre el cuerpo femenino en la industria de la moda, comprendiendo todos los aspectos teóricos y prácticos del tema. La revisión de los textos bibliográficos y el análisis de datos han sido puntos claves para entender las diversas perspectivas y enfoques sobre el tema.

He aprendido a manejar diversas fuentes de información, a evaluar de forma crítica los estudios existentes y a sintetizar información relevante para contruir un marco teórico sólido. La elaboración de este TFG ha fortalecido mis habilidades analíticas, permitiéndome identificar patrones, tendencias y relaciones en los datos recogidos. Este análisis crítico es vital para formular conclusiones precisas y fundamentadas.

A pesar de los resultados positivos, considero que la profundización teórica junto con una revisión más exhaustiva de la literatura ya existente son aspectos a mejorar. Estudios más recientes o investigaciones de otros contextos geográficos podrían aportar una perspectiva más enriquecedora al trabajo.

A pesar de las limitaciones en cuanto al tiempo con el que se ha desarrollado este TFG, los resultados obtenidos y el aprendizaje logrado son significativos y constituyen una base sólida para futuras investigaciones y desarrollos profesionales.

## 6. BIBLIOGRAFÍA

Abad, P. (2018, octubre). Sentido y sensualidad. *Vogue España*. Recuperado de <https://www.vogue.es/moda/modapedia/modelos/ashley-graham/667>

Almansa -Martínez, R Gómez de Travesedo-Rojas (2017): “ El estereotipo de mujer en las revistas femeninas españolas de alta gama durante la crisis”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 72, pp 608 a 628.

Andrés del Campo, S. (2006). Hacia un planteamiento semiótico del estereotipo publicitario de género. *Signa: Revista de la Asociación Española de Semiótica*, (15), 255-283.

Arroyo Martín, C. (2018). La publicidad en "La Moda Elegante" durante el período de entreguerras (1918-1927). *Revista General de Información y Documentación*, 28(2), 593-619.

Ayalag Ayoso, P. (2022). *Estudio de la influencia de las redes sociales en el comportamiento de compra de los jóvenes: El caso de Instagram* [Trabajo de fin de grado, Universidad de Sevilla]. Depósito de Investigación de la Universidad de Sevilla (idus).

Bravo-Villasante, M. Á. (2020). *La mirada feminista ante el espejo publicitario*. *Asparkia: Investigación feminista*, (36), 61-77. Disponible en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7466808>

Blue17. (s.f.). *Josephine Redding: The First Ever Editor of Vogue*. Recuperado de <https://www.blue17-co-uk.translate.goog/vintage-blog/josephine-redding-the-first-ever-editor-of-vogue/? x tr sl=en& x tr tl=es& x tr hl=es& x tr pto=sc>

British Vogue. (1993). The Rise of 'Heroin Chic'. *British Vogue*. Recuperado de <https://www.vogue.co.uk>

British Vogue. (2019, diciembre 30). Ashley Graham on Her Vogue Cover and Her Hopes for the Future. *Vogue*. Recuperado de

<https://www.vogue.co.uk/article/ashley-graham-vogue-cover-interview>

Cámara Espinosa, L. (2021). *La representación de la mujer en la publicidad: Estudio de casos* [Trabajo de fin de grado, Universidad Miguel Hernández]. Recuperado de <https://dspace.umh.es/jspui/bitstream/11000/25623/1/TFG-Cámara%20Espinosa,%20Laura.pdf>

Casablanca Migueles, L., & Chacón Gordillo, P. (2014). La moda como lenguaje. Una comunicación no verbal. *ACA Digital: Revista de la Asociación Aragonesa de Críticos de Arte*, (29).

Council of Fashion Designers of America. (s.f.). *Initiative for Health, Safety, and Diversity*.

Recuperado de

<https://cfda.com/philanthropy/initiative/initiative-for-health-safety-and-diversity>

Consuelito y otras bellas del cuplé. (s.f.). *La moda en 1890*. Recuperado de <http://consuelitoyotrasbellasdelcuple.blogspot.com/p/la-moda-en-1890.html>

Décadas de Moda. (s.f.). *Año 1900-1909*. Recuperado de <https://decadasmoda.tumblr.com/post/71329850510/a%C3%B1o-1900-1909>

Defharo. (s.f.). Una tipografía «Bold» o «negrita» es un estilo de fuente que se caracteriza por tener trazos más gruesos y oscuros en comparación con la versión regular de la misma tipografía.

Recuperado de

<https://defharo.com/typografia/bold/#:~:text=Una%20tipografia%20«Bold»%20o%20«jerarquía%20visual%20en%20el%20diseño.>

Dsigno. (s.f.). La historia de una revista de moda: Vogue. Recuperado de <https://www.dsigno.es/blog/diseño-de-moda/la-historia-de-una-revista-de-moda-vogue>

El País. (2024, enero 20). Luces y sombras de Beverly Johnson, la primera modelo negra portada de Vogue USA: “Mi dieta era cocaína, un plato de arroz y dos huevos por semana”. *El País*.

<https://elpais.com/gente/2024-01-20/luces-y-sombras-de-beverly-johnson-la-primeramodelo-negra-portada-de-vogue-usa-mi-dieta-era-cocaina-un-plato-de-arroz-y-dos-huevos-por-semana.html>

Esteve G., A. (2022, 3 de enero). Mujer, identidad e imagen. *Contratiempo*. Recuperado de <https://contratiempo.org/mujer-identidad-e-imagen/>

Gallardo, A. M. (2021). Gordofobia: Una deuda en el campo de la psicología. *Perspectivas: Revista de Trabajo Social*, (37), 151-168.

García Cuesta, Sara (2009). Género y Profesiones. Ed. Universidad de La Laguna. Colección Monográficos.

GARCÍA MARTÍNEZ, A. N.(2007): La propuesta de Bourdieu sobre la distinción social. Presupuestos y límites. En GONZÁLEZ A.M. Y GARCÍA MARTÍNEZ A.N. (2007): Distinción social y moda. Pamplona: EUNSA.

Geertz, C. (1983). *Local Knowledge: Further Essays in Interpretive Anthropology*. New York: Basic Books

Grabe, S., Ward, L. M., & Hyde, J. S. (2008). The Role of the Media in Body Image Concerns Among Women: A Meta-Analysis of Experimental and Correlational Studies. *Psychological Bulletin*, 134(3), 460-476

Gómez de Travesedo Rojas, R., & Almansa Martínez, A. M. (2018). *Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación*, (137), 315–331.  
<https://doi.org/10.16921/chasqui.v0i137.3397>

Herrero Gálvez, M. (s.f.). *Trabajo de investigación: Estereotipos de género en la infancia*. IES Marqués de los Vélez. Recuperado de

[https://www.um.es/documents/2918258/18874499/Escrita\\_CCSS\\_IES+Marqués+de+Ios+Vélez+-+copia.pdf/c7ef9de9-2c53-46a4-a148-bd2e36df5002](https://www.um.es/documents/2918258/18874499/Escrita_CCSS_IES+Marqués+de+Ios+Vélez+-+copia.pdf/c7ef9de9-2c53-46a4-a148-bd2e36df5002)

Hidalgo-Marí, T. (2015). El resurgir de la mujer fatal en publicidad: La reinención de un mito. *Cuestiones de Género: De la Igualdad y la Diferencia*, (10), 394–418. <https://doi.org/10.18002/cg.v0i10.1519>.

Hormigos Vaquero, M., & Ballester Buigues, I. (2020). La mirada feminista ante el espejo publicitario. *Asparkia: Investigación Feminista*, (36), 11-13. <https://raco.cat/index.php/Asparkia/article/view/372349>

Jan, M., Soomro, S. A., & Ahmad, N. (2017). Impact of Social Media on Self-Esteem. *European Scientific Journal, ESJ*, 13(23), 329. <https://doi.org/10.19044/esj.2017.v13n23p329>

La historia de Vogue, la revista de moda y estilo más relevante del mundo. (2008, 16 de mayo). *República Centro Mujer*.

Recuperado de

<https://www.republica.com/centromujer/la-historia-de-vogue-la-revista-de-moda-y-estilo-mas-relevante-del-mundo-20080516-070071550/>

López Linares, M. (2012, 3 de septiembre). *Historia de Vogue*. Recuperado de <https://blog.lopezlinares.com/2012/09/03/historia-de-vogue/>

Lo que el viento dejó. (2011, 7 de junio). *La historia en portadas (primera parte)*.

Recuperado de

<https://loquelvientosedejo.wordpress.com/2011/06/07/la-historia-en-portadas-primera-parte/>

Luque Ortiz, S. y Pérez Curiel, C. (2018). El empoderamiento femenino en las revistas de moda. ¿Realidad o aspiración?. *RIHC : revista internacional de Historia de la Comunicación*, 10, 122-149.

Mitchell, T. (2018, agosto 6). Beyoncé 's Vogue September Issue. *Vogue*.

Recuperado de

<https://www.vogue.com/article/tyler-mitchell-beyonce-photographer-vogue-september-issue>

Moreno, A. (2021). *Impacto de las redes sociales en el rendimiento académico de los estudiantes de secundaria* [Trabajo de fin de grado, Universidad de Valladolid]. UVaDOC. [https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/51428/TFG\\_F\\_2021\\_211.pdf?sequence=1](https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/51428/TFG_F_2021_211.pdf?sequence=1)

Moreno, D., & Carrillo, J. (2020). *Trabajo de maquillaje en el siglo XIX* [Guía educativa]. Colabora Educación 3.0. Junta de Andalucía.

Natideladauphine. (2015, 8 de abril). *Historia del maquillaje: 1900*. Recuperado de <https://natideladauphine.wordpress.com/2015/04/08/historia-del-maquillaje-1900/>

National Eating Disorders Association. (2020). Media, Body Image, and Eating Disorders. Recuperado de <https://www.nationaleatingdisorders.org>

O'Hara, G. (1989). *Enciclopedia de la moda*. Barcelona

Ortega Burgos, E. (s.f.). *El inicio de Vogue*. Recuperado de [https://enriqueortegaburgos.com/el-inicio-de-vogue/#google\\_vignette](https://enriqueortegaburgos.com/el-inicio-de-vogue/#google_vignette)

Paredes, S., & Alonso, M. (2014). *Las nuevas representaciones femeninas en la publicidad de la televisión española: ¿Evolución o involución?* En *Actas del I Congreso Internacional Comunicación y Género* (pp. 123-137). Universidad de Sevilla.

Recuperado de

<https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/38749/Pages%20from%20LIBRO%20ACTAS%20I%20CONGRESO%20COMUNICACIÓN%20Y%20GÉNERO11.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Pérez Curiel, C., Luque Ortiz, S. y Villena, E. (21-1). Influencia de las revistas especializadas en el consumo de moda. Estudio de casos: Smoda, Elle y Harper's

Bazaar. Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación, 39  
<https://idus.us.es/handle/11441/68929>

Prieto Morales, N. (2022). *Análisis del impacto de los influencers en las decisiones de compra de los jóvenes* [Trabajo de fin de grado, Universidad de Valladolid]. UVaDOC.

<https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/54849/TFG-N.%201957.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Pinyol Vidal, J. (2016). Imágenes y estereotipos iconográficos de América en las ilustraciones de la prensa peninsular de finales del siglo XIX. *Amerika*, 14. Publicado el 20 de junio de 2016. Consultado el 10 de julio de 2024.  
<http://journals.openedition.org/amerika/7298>; <https://doi.org/10.4000/amerika.7298>

Rodríguez Arcos, I. (2016). Publicidad y estereotipos femeninos: el potencial del traductor contra la violencia simbólica de Bourdieu / Advertising and feminine stereotypes: the translator's potential against Bourdieu's symbolic violence. *Asparkia. Investigació Feminista*, (27), 51–63.

Recuperado a partir de

<https://www.e-revistas.uji.es/index.php/asparkia/article/view/1488>

SOLEY-BELTRÁN, Patricia (2010) Cuerpos ideales. Una aproximación interdisciplinaria al estudio de las modelos de moda, *Quaderns*, 26, pp. 107-134.

Trajes Delwende. (2024). Finales Siglo XIX (años 1880-1900). Recuperado el 4 de julio de 2024, de

<https://www.delwende.es/trajes/elementos/Finales-Siglo-XIX-anios-1880-1900>

Torreblanca, F. (s.f.). *Historia y origen de las marcas: Vogue*. Recuperado de <https://franciscotorreblanca.es/historia-origen-marcas-vogue/>

Vintage News Daily. (s.f.). *Covers of Vogue in the 1910s*. Recuperado de <https://vintagenewsdaily.com/covers-of-vogue-in-the-1910s/>

Wikipedia. (s.f.). Grace Mirabella. En *Wikipedia, La enciclopedia libre*. Recuperado el "Recuperado el 4 de julio de 2024"., de [https://es.wikipedia.org/wiki/Grace\\_Mirabella](https://es.wikipedia.org/wiki/Grace_Mirabella)

Wikipedia. (s.f.). *Vogue (revista)*. En *Wikipedia, La enciclopedia libre*. Recuperado el 4 de julio de 2024, de [https://es.wikipedia.org/wiki/Vogue\\_\(revista\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Vogue_(revista))

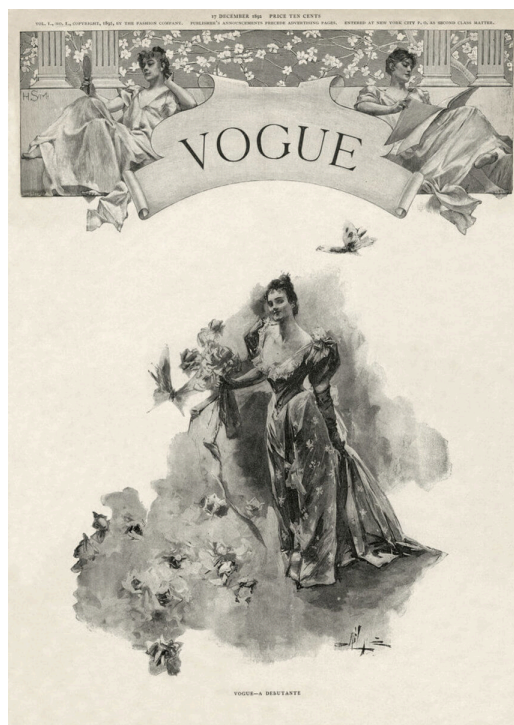
Wolf, N. (1990). *El mito de la belleza* (1ª ed.). Emecé Editoriales. (Publicación original en 1990).



## 7. ANEXOS

### ANÁLISIS PORTADAS DE VOGUE

El análisis de portadas de Vogue proporciona una visión de cómo han evolucionado los estándares de belleza y los roles de género a lo largo de los años. En este apartado se examinan cómo estas portadas han influenciado la percepción de la mujer en la sociedad y cómo han reflejado y contribuido a cambiar las normas culturales.



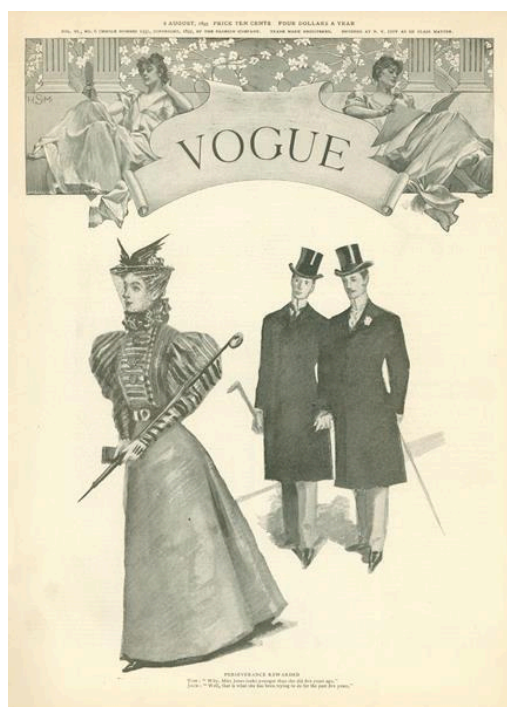
Primera portada de Vogue en 1892. Fuente: Vogue Archive

CATEGORÍAS ANALÍTICAS	
FECHA: DÍA/MES/AÑO	- 17 de Diciembre de 1892
Movimiento artístico	- Romanticismo
Representación de tendencia del momento	- Influencia del Art Nouveau durante la Belle époque que se aprecia alrededor de todos los elementos florales que cubren la portada: en el fondo de la

	ilustración, el ramo de flores de la figura femenina y su vestimenta.
Tipo de imagen.	- Ilustración-
Autoría	- Arthur Baldwin Turnure
Identidad de la marca editorial	- Presencia de una cabecera muy ostentosa con un formato de letra que parece ser una especie de pergamino. Aparece el nombre de la revista acompañado de dos mujeres sofisticadas (una de ellas se mira al espejo y la otra lee) e infinitos elementos florales junto a cuatro columnas. En este caso presentan una gran similitud con la portada.
Características del cuerpo femenino.	- “Cintura S”. Una mujer alta, con curvas muy voluminosas, cintura de avispa, pechos levantados y abdomen plano.
Imagen postural.	- La mujer aparece representada de pie y algo entornada, su cuerpo se ve delicado y elegante.
Partes del cuerpo representado.	- Presencia de cuerpo entero con vista delantera.
Tipo de ropa.	- Vestido de la época. Los vestidos destacan por su elegancia, caracterizados por un corsé extremadamente ajustado que resaltaba la cintura, mangas amplias, fruncidas y abombadas, acompañadas de una falda larga y acampanada que ocultaba posiblemente cualquier zapato de tacón. Estas mangas eran conocidas

	como “pernil” o “pierna de cordero” (Finales Siglo XIX (años 11880-1900), Trajes Delwende).
Presencia de complementos.	- No hay presencia de complementos.
Maquillaje.	- El maquillaje en la época se utilizaba como una conducta social específica y era comúnmente empleado por prostitutas, actrices y mujeres que frecuentan ambientes masculinos. Lo más característico de este maquillaje era la necesidad de que la piel aparenta ser de porcelana, es decir, muy blanca.
Estilo de fotografías.	- Ilustración en blanco y negro.
Representación masculina en la imagen.	- No existe representación masculina.
Estilo de prendas.	- Prenda lujosa característica de la alta aristocracia neoyorquina del momento. Los patrones que regían este momento se caracterizaban por la estética, en ninguno de los casos buscaban la comodidad ni el bienestar físico de la mujer
Protagonista de portada.	- No se puede determinar con exactitud, ya que en esa época las modelos no tenían el mismo alcance y reconocimiento que tienen hoy en día. Sin embargo, las mujeres que eran empleadas como modelos en la época solían ser conocidas localmente y no contaban con la proyección mediática

	y la influencia global que tienen los modelos actuales.
Figura individual o colectiva.	- Figura individual.
Estereotipos de la mujer en el mensaje:	- La pose y la moda de la época refuerzan la feminidad y el atractivo físico, alineándose con el arquetipo de la femme fatale. Este estereotipo se caracteriza por una mujer que utiliza su belleza y encanto para atraer y dominar a los hombres, proyectando una imagen de poder y seducción peligrosa. La femme fatale es un símbolo de empoderamiento a través de la apariencia y el comportamiento, pero también perpetúa la idea de que el valor de una mujer reside en su capacidad para ser deseada y temida.
Estereotipos de la mujer en el cuerpo: 5. Fragilidad corporal 6. Cintura de avispa 7. Piel de porcelana 8. Piernas largas 9. Juventud en la piel y cuerpo 10. Pelo voluminoso	- Fragilidad corporal - Cintura de avispa - Piel de porcelana - Juventud en la piel y el cuerpo - Mujer objeto decorativo



Portada de Vogue 8 de agosto de 1885. Fuente: Vogue Archive.

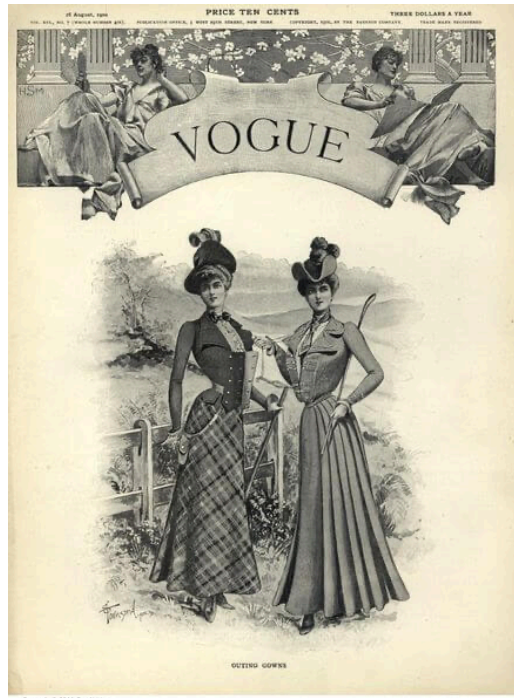
<b>CATEGORÍAS ANALÍTICAS</b>	
<b>FECHA: DÍA/MES/AÑO</b>	- 8 de agosto de 1885. Fuente: Vogue Archive
Movimiento artístico	- Ilustración Victoriana. Se caracteriza por la atención al detalle y el uso de finas y elegantes líneas. Un estilo muy típico de las publicaciones de la época, donde se valoraban las ilustraciones detalladas y con un gran arte decorativo.
Representación de tendencia del momento	- La moda de la época estaba muy representada por la elegancia. Las prendas tendencia eran los vestidos largos, ajustados a la cintura y con detalles elaborados como el encaje o grandes sombreros ornamentados.

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- También se ve reflejada la tendencia del estatus social a través de la moda.</li> </ul>
Tipo de imagen.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ilustración.</li> </ul>
Autoría	<ul style="list-style-type: none"> <li>- No se especifica el autor.</li> </ul>
Identidad de la marca editorial	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La tipografía de la marca empleada en esta portada es una serif clásica que refleja la elegancia de la época.</li> <li>- La tipografía y el logotipo de la marca reflejan la moda y la cultura de élite a la que estaba dedicada la revista.</li> </ul>
Características del cuerpo femenino.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La figura femenina en la portada presenta una figura extremadamente ajustada, muy voluptuosa tanto en las caderas como en el busto, siendo este el reflejo de la belleza victoriana de la época.</li> <li>- Su cabello está recogido y cubierto por un sombrero.</li> <li>- Se muestra una imagen corporal idealizada con una cintura de avispa.</li> </ul>
Imagen postural.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La imagen de la mujer es recta y formal, transmitiendo elegancia. Los hombres están representados en posturas rígidas y formales y destacan por la presencia de etiqueta con la que son representados.</li> </ul>
Partes del cuerpo representado.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cuerpo entero de la mujer y de los hombres. En ella destacan su vestido y accesorios y ellos son resaltados con sus trajes formales.</li> </ul>
Tipo de ropa.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Se trata de la vestimenta de finales del siglo XIX.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La mujer lleva un vestido largo y estructurado, con una cintura muy estrecha y mangas muy voluminosas.</li> <li>- Los hombres visten con trajes oscuros, sombreros de copa y bastones.</li> <li>- La ilustración es en blanco y negro por lo que no se pueden apreciar los colores típicos de la moda victoriana.</li> </ul>
Presencia de complementos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Todos presentan complementos como por ejemplo, ellos un bastón y un sombrero de copa y ella un tocado junto con su correspondiente bastón.</li> </ul>
Maquillaje.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El maquillaje no era una característica simbólica de la moda de la época.</li> <li>- Se sugiere una imagen de apariencia natural.</li> </ul>
Estilo de fotografías.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ilustración en blanco y negro.</li> </ul>
Representación masculina en la imagen.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dos hombres acompañan en la ilustración a la mujer principal. Se presenta una escena de la alta sociedad de la época.</li> </ul>
Estilo de prendas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Prendas exclusivas y formales. Representa la moda de la alta sociedad de finales del siglo XIX.</li> <li>- Estilo elitista.</li> </ul>
Protagonista de portada.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Una mujer y dos hombres desconocidos.</li> </ul>
Figura individual o colectiva.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Figura colectiva</li> </ul>

<p>Estereotipos de la mujer en el mensaje:</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Elegancia y formalidad. Se representa a las figuras como un símbolo de estatus y refinamiento.</li> <li>- Dependencia y acompañamiento. Presencia de dos hombres acompañando a una mujer que necesita ser protegida en un entorno social.</li> </ul>
<p>Estereotipos de la mujer en el cuerpo:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>5. Fragilidad corporal</li> <li>6. Cintura de avispa</li> <li>7. Piel de porcelana</li> <li>8. Piernas largas</li> <li>9. Juventud en la piel y cuerpo</li> <li>10. Pelo voluminoso</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fragilidad Corporal. La cintura extremadamente estrecha representa la fragilidad femenina.</li> <li>- Cintura de avispa. Característica típica del cuerpo femenino de la época a consecuencia del corsé.</li> <li>- Piel de porcelana. Aunque no se aprecie claramente en la ilustración era el ideal de belleza de la época el presentar una tonalidad de piel blanca, clara y sin imperfecciones.</li> <li>- Juventud en la Piel y el Cuerpo. La mujer representada parece joven.</li> </ul>





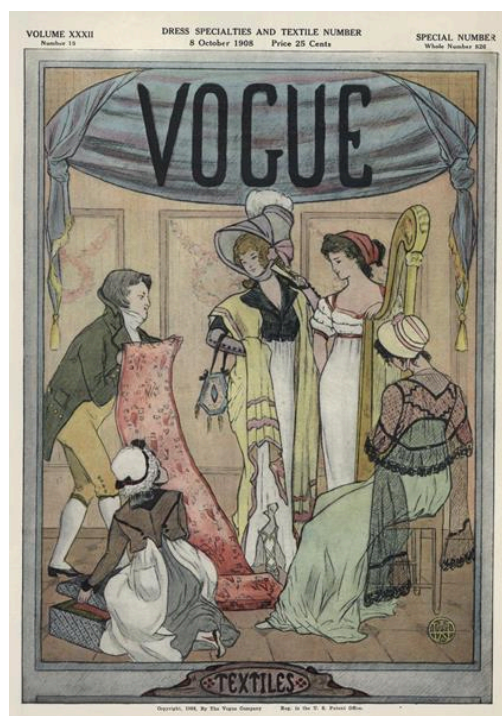
Portada de la revista de 1900. Fuente: Vogue Archive

<b>CATEGORÍAS ANALÍTICAS</b>	
<b>FECHA: DÍA/MES/AÑO</b>	- 16 de Agosto de 1900
Movimiento artístico	- Art Nouveau.
Representación de tendencia del momento	- La moda de la época estaba muy representada por la elegancia. Las prendas tendencia eran los vestidos largos, ajustados a la cintura y con detalles elaborados como el encaje o grandes sombreros ornamentados. - También se ve reflejada la tendencia del estatus social a través de la moda.
Tipo de imagen.	- Ilustración.
Autoría	- Arthur Baldwin Turnure.
Identidad de la marca editorial	- Al igual que en la anterior portada esta sigue la misma estructura visual. El logo presenta el mismo formato de

	<p>letra junto con las decoraciones que rodean al nombre de la revista.</p>
Características del cuerpo femenino.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cuerpo femenino de “cintura S”, es decir, ambas presentan una cintura de avispa muy marcada que busca realzar la parte superior inferior del cuerpo. En este caso, debido al tipo de prenda empleado las diferencias no son tan exageradas.</li> </ul>
Imagen postural.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dos cuerpos femeninos colocados de pie y ambos algo entornados. Se muestran en la imagen en mitad de alguna actividad deportiva, ambas mujeres presentan un palo de madera en sus manos.</li> </ul>
Partes del cuerpo representado.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cuerpo entero con vista delantera.</li> </ul>
Tipo de ropa.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ambas mujeres presentan un dos piezas característico del momento. Se trata de un traje menos ostentoso, debido a que las formas en la vestimenta se simplificaron en esta época.</li> </ul>
Presencia de complementos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ambas portan un sombrero, complemento indispensable para la mujer a principios del s.XX. Este se caracteriza por ser exagerado, grande y por estar decorado por largas plumas. Además, en la cabeza de las dos mujeres hay una mezcla de pelo natural junto con almohadillas de pelo artificial que en su conjunto da la sensación de artificiosidad en el</li> </ul>

	<p>atuendo. En cuanto al peinado, el cabello es ondulado con un moño alto, ideal para enmarcar la delicada cabeza.</p>
Maquillaje.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- En esta época, el maquillaje no era recurrente en mujeres que no fuesen actrices o prostitutas. Por el tipo de imagen que se analiza, estas dos mujeres no portan maquillaje porque en ninguno de los dos casos son el tipo de mujer que empleaba maquillaje. A pesar de estar posando para la portada de la revista, se trataba de representar a la mujer ideal del momento, por lo que debía ser el prototipo ideal para las mujeres y hombres que adquirirían la revista.</li> </ul>
Estilo de fotografías.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ilustración en blanco y negro.</li> </ul>
Representación masculina en la imagen.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- No hay representación masculina.</li> </ul>
Estilo de prendas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Un “traje sastre” compuesto por chaqueta y falda larga que las mujeres empleaban para conducir o practicar deporte, en este caso deporte.</li> </ul>
Protagonista de portada.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Las protagonistas de esta portada son desconocidas en la actualidad, aunque probablemente serían modelos en la época.</li> </ul>
Figura individual o colectiva.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dos figuras femeninas.</li> </ul>

<p>Estereotipos de la mujer en el mensaje:</p>	<p>- La pose y la moda de la época refuerzan la feminidad y el atractivo físico, alineándose con el arquetipo de la femme fatale. Este estereotipo se caracteriza por una mujer que utiliza su belleza y encanto para atraer y dominar a los hombres, proyectando una imagen de poder y seducción peligrosa. La femme fatale es un símbolo de empoderamiento a través de la apariencia y el comportamiento, pero también perpetúa la idea de que el valor de una mujer reside en su capacidad para ser deseada y temida.</p>
<p>Estereotipos de la mujer en el cuerpo:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>5. Fragilidad corporal</li> <li>6. Cintura de avispa</li> <li>7. Piel de porcelana</li> <li>8. Piernas largas</li> <li>9. Juventud en la piel y cuerpo</li> <li>10. Pelo voluminoso</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Fragilidad corporal</li> <li>2. Cintura de avispa</li> <li>3. Piel de porcelana</li> <li>4. Piernas largas</li> <li>5. Pelo voluminoso</li> <li>6. Mujer objeto decorativo</li> </ol>

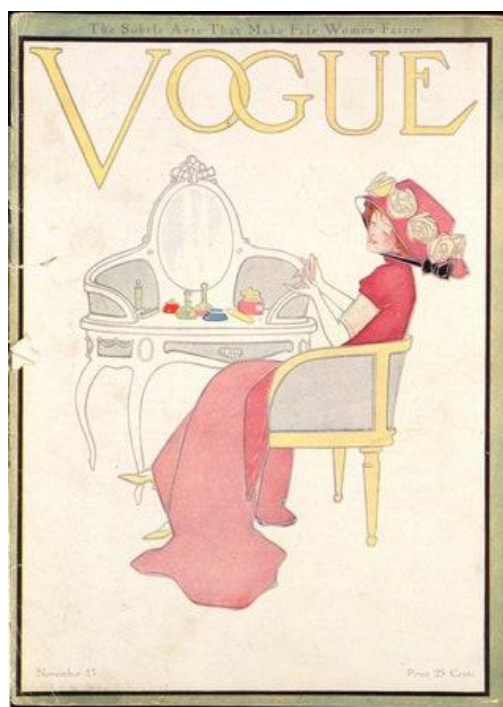


Portada de Vogue 8 de Octubre de 1908. Fuente: Vogue Archive.

<b>CATEGORÍAS ANALÍTICAS</b>	
<b>FECHA: DÍA/MES/AÑO</b>	- 8 de octubre de 1908.
Movimiento artístico	- Art Nouveau. Está caracterizado por las líneas fluidas, las formas orgánicas y las decoraciones elaboradas.
Representación de tendencia del momento	- A principios del siglo XX, la moda fue influenciada por presentar un estilo de prendas más fluido y menos restrictivas que las anteriores. En la portada se reflejan vestidos elegantes y elaborados con las tendencias del momento.
Tipo de imagen.	- Ilustración.
Autoría	- Desconocido.
Identidad de la marca editorial	- La tipografía utilizada en esta portada es una serif elegante, con un estilo Art

	Nouveau que refleja la sofisticación y el alto nivel estético de la revista.
Características del cuerpo femenino.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Las figuras femeninas en la portada se presentan con faldas amplias, cinturas ajustadas y cuerpos delgados.</li> <li>- Los cabellos están recogidos de manera muy elaborada. Se presentan sombreros decorativos muy populares en la época.</li> <li>- El busto de las mujeres es prominente y las caderas son amplias debido al uso de corsés.</li> <li>- Las proporciones corporales son idealizadas y algo irreales. El objetivo es reflejar el estatus de las mujeres representadas.</li> </ul>
Imagen postural.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Las mujeres están representadas en posturas elegantes y refinadas.</li> </ul>
Partes del cuerpo representado.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cuerpo entero. La escena muestra una interacción social típica de la alta sociedad.</li> </ul>
Tipo de ropa.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Vestimenta típica de principios del siglo XX.</li> <li>- Vestidos largos y elaborados con detalles ornamentales, cinturas ajustadas y faldas amplias.</li> </ul>
Presencia de complementos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sombreros elaborados y decorativos.</li> <li>- Chales y bolsos de gran ornamentación también estaban presentes.</li> </ul>
Maquillaje.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- No hay maquillaje. No era típico en el ideal de belleza del momento.</li> </ul>

Estilo de fotografías.	- Ilustración en color, con una paleta de colores pasteles.
Representación masculina en la imagen.	- Sí hay representación masculina en la ilustración.
Estilo de prendas.	- Prendas exclusivas y formales de la alta sociedad. Estilo elitista y sofisticado. - Gran énfasis en la calidad y el diseño detallado en las prendas.
Protagonista de portada.	- Mujeres desconocidas.
Figura individual o colectiva.	- Figura colectiva.
Estereotipos de la mujer en el mensaje:	- Elegancia y Sofisticación - Moda y Estatus Social. La interacción de las mujeres se considera un entorno de moda y alta costura.
Estereotipos de la mujer en el cuerpo: 5. Fragilidad corporal 6. Cintura de avispa 7. Piel de porcelana 8. Piernas largas 9. Juventud en la piel y cuerpo 10. Pelo voluminoso	- Fragilidad Corporal. Las figuras con cintura estrecha y muy estructurado reflejan el estereotipo y perpetúan la idea de que las mujeres deben de ser delicadas para ser consideradas atractivas. - Cintura de avispa. - Piel de porcelana. No se aprecia muy bien en la imagen pero era un signo de belleza muy valorado en la época. - Juventud en la Piel y en el Cuerpo ya que se tratan de mujeres jóvenes.



Portada de Vogue 15 de noviembre de 1910. Fuente: Vogue Archive.

<b>CATEGORÍAS ANALÍTICAS</b>	
<b>FECHA: DÍA/MES/AÑO</b>	- 15 de noviembre de 1910.
Movimiento artístico	- Art Nouveau. Se caracteriza por líneas fluidas, formas orgánicas y decoraciones elaboradas.
Representación de tendencia del momento	- La moda de la época estaba marcada por la transición de siluetas menos restrictivas. En este caso, la mujer se encuentra representada en un entorno doméstico para resaltar el cuidado personal.
Tipo de imagen.	- Ilustración.
Autoría	- Davis.
Identidad de la marca editorial	- La tipografía empleada en esta portada es de estilo Art Nouveau para reflejar el nivel estético de la revista.



Características del cuerpo femenino.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Presentan a las mujeres en un cuerpo esbelto. Sus cinturas están bien definidas pero de manera menos restrictiva que en épocas anteriores.</li> <li>- El cabello de las mujeres se encuentra en un estilo elegante y simple.</li> <li>- Las proporciones corporales no son tan importantes ya que se busca centrar más la atención en la imagen postural en la que se encuentra la mujer.</li> </ul>
Imagen postural.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La mujer se encuentra en una postura relajada y competitiva. Se encuentra sentada enfrente de un tocador para transmitir la importancia del cuidado personal y belleza.</li> </ul>
Partes del cuerpo representado.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cuerpo entero de la mujer, para destacar su vestimenta y entorno doméstico en el que se encuentra.</li> </ul>
Tipo de ropa.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Vestimenta de principios del siglo XX.</li> <li>- Se trata de un vestido largo y elegante que enfatiza su cintura elegante y definida. Se emplean colores suaves típicos del estilo Art Nouveau.</li> </ul>
Presencia de complementos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sombrero decorativo con flores , un elemento muy esencial en la moda femenina de la época.</li> </ul>
Maquillaje.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Podemos decir que la mujer presenta maquillaje de la época como rubor en las mejillas y pintalabios.</li> </ul>
Estilo de fotografías.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ilustración en color.</li> </ul>
Representación masculina en la imagen.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- No hay figuras masculinas presentes.</li> </ul>

<p>Estilo de prendas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Prendas exclusivas y formales para representar la moda de la alta sociedad de la época. Se trata de un estilo elitista centrado en la calidad.</li> </ul>
<p>Protagonista de portada.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mujer desconocida. El objetivo era representar el ideal de belleza femenino de la época.</li> </ul>
<p>Figura individual o colectiva.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Figura individual.</li> </ul>
<p>Estereotipos de la mujer en el mensaje:</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Elegancia y Sofisticación. La imagen se caracteriza por la elegancia y moda de la época para reflejar así el estatus al que se destina la revista.</li> <li>- Belleza y Cuidado Personal. Se enfatiza la importancia de la belleza y la autoimagen en la vida de las mujeres.</li> </ul>
<p>Estereotipos de la mujer en el cuerpo:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>5. Fragilidad corporal</li> <li>6. Cintura de avispa</li> <li>7. Piel de porcelana</li> <li>8. Piernas largas</li> <li>9. Juventud en la piel y cuerpo</li> <li>10. Pelo voluminoso</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fragilidad Corporal. Muy común en la época representar a las mujeres con una imagen de fragilidad femenina.</li> <li>- Cintura de avispa. Aún se presenta la cintura ajustada para representar el ideal de belleza femenina.</li> <li>- Piel de porcelana. Podemos apreciar este estereotipo por la piel clara que refleja la mujer.</li> </ul>



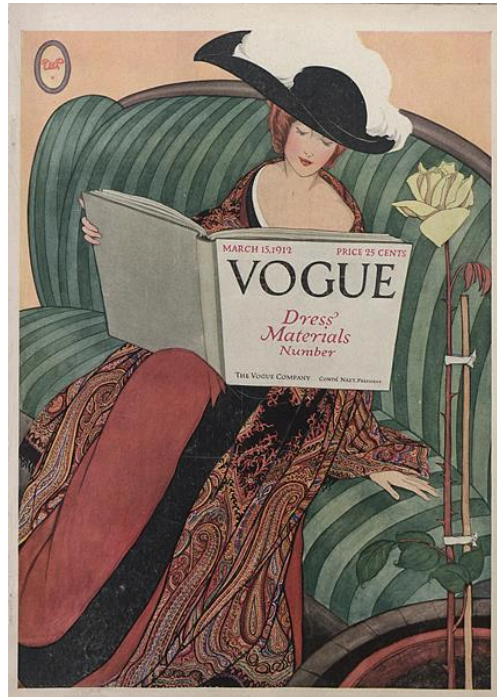
Portada de Vogue 15 de enero de 1911. Fuente: Vogue Archive.

CATEGORÍAS ANALÍTICAS	
FECHA: DÍA/MES/AÑO	- 15 de enero de 1911
Movimiento artístico	- Art Nouveau. Se caracteriza por líneas fluidas, formas orgánicas y decoraciones elaboradas.
Representación de tendencia del momento	- La portada muestra a una mujer en un entorno al aire libre.
Tipo de imagen.	- Ilustración.
Autoría	- C. Allan Gilbert.
Identidad de la marca editorial	- La tipografía empleada en esta portada es de estilo Art Nouveau para reflejar el nivel estético de la revista. Se emplea la tipografía Didot característico de la identidad visual de la marca.

<p>Características del cuerpo femenino.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La figura femenina se presenta con un cuerpo esbelto, una cintura definida y una silueta más relajada y menos rígida.</li> <li>- El cabello se encuentra recogido ya que se trata del ideal de belleza de la época.</li> <li>- Buscan centrarse más en la postura de la mujer femenina y la vestimenta.</li> <li>- En la época, las proporciones corporales solían idealizarse y reflejar un tipo de belleza más natural.</li> </ul>
<p>Imagen postural.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La mujer se encuentra en una postura relajada, camina con un paraguas en la mano y nos hacen referencia a una escena de ocio.</li> </ul>
<p>Partes del cuerpo representado.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cuerpo entero de la mujer para destacar la vestimenta y los accesorios de la mujer.</li> </ul>
<p>Tipo de ropa.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Vestimenta de principios del siglo XX.</li> <li>- Vestido largo blanco y elegante con detalles ornamentales. Los colores empleados son de la paleta de colores típica del estilo Art Nouveau.</li> </ul>
<p>Presencia de complementos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sombrero decorativo grande y elegante esencial en la moda femenina de la época.</li> <li>- Presencia de un paraguas para reflejar la escena de ocio en la que se encuentra la mujer.</li> <li>- Su atuendo también presenta complementos como guantes, un lazo</li> </ul>

	que rodea la cintura de la mujer para enfatizar aún más su cintura.
Maquillaje.	- No existe presencia de maquillaje en la época.
Estilo de fotografías.	- Ilustración en color.
Representación masculina en la imagen.	- No existe representación masculina en la ilustración.
Estilo de prendas.	- Prendas exclusivas y formales para representar la moda de la alta sociedad de principios del siglo XX.
Protagonista de portada.	- Desconocida.
Figura individual o colectiva.	- Figura individual. El objetivo es representar la moda de la época y el tipo de ocio que las mujeres de la alta sociedad debían realizar.
Estereotipos de la mujer en el mensaje:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Elegancia y Sofisticación. La mujer se presenta como símbolo de estatus y refinamiento.</li> <li>- Ocio y Estatus Social. Se representa la mujer en un entorno de jardín con un paraguas para sugerir un tipo de ocio, resaltando así el estatus social al que estaba dirigida la revista.</li> </ul>
Estereotipos de la mujer en el cuerpo: <ol style="list-style-type: none"> <li>5. Fragilidad corporal</li> <li>6. Cintura de avispa</li> <li>7. Piel de porcelana</li> <li>8. Piernas largas</li> <li>9. Juventud en la piel y cuerpo</li> <li>10. Pelo voluminoso</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fragilidad corporal. La mujer presenta una figura esbelta y se enfatiza la imagen de fragilidad femenina como ideal de belleza.</li> <li>- Cintura Definida, para mantener el ideal de belleza de la época.</li> <li>- Piel de porcelana. Se sugiere una piel clara y sin imperfecciones debido a</li> </ul>

	<p>que en la alta sociedad los hombres y las mujeres de la época no se exponían al sol.</p> <p>- Juventud en la Piel y en el Cuerpo.</p>
--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



Portada de Vogue 15 de marzo de 1912. Fuente: Vogue Archive

<b>CATEGORÍAS ANALÍTICAS</b>	
<b>FECHA: DÍA/MES/AÑO</b>	- 15 de marzo de 1912.
Movimiento artístico	- Art Nouveau. Se caracteriza por las líneas fluidas, formas orgánicas y decoraciones elaboradas. Podemos ver reflejados estos detalles en la portada a través del diseño tan elaborado que presenta la ilustración.
Representación de tendencia del momento	- La moda de principios del siglo XX estaba marcada por un estilo menos restrictivo. En la portada se muestra una mujer muy elegante mientras lee una revista y se destaca la importancia

	<p>de la moda y el ocio en la vida de la alta sociedad de la época. Esto lo podemos ver reflejado que en la imagen por como se presenta la mujer sentada en el sofá de lo que aparenta ser el salón de su casa.</p>
Tipo de imagen.	- Ilustración.
Autoría	- Se desconoce.
Identidad de la marca editorial	- La tipografía empleada en esta portada es de estilo Art Nouveau para reflejar el nivel estético de la revista. Se emplea la tipografía Didot característico de la identidad visual de la marca.
Características del cuerpo femenino.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La figura femenina se presenta con un cuerpo esbelto, con una cintura definida y su silueta se encuentra menos rígida y más relajada.</li> <li>- Las piernas son alargadas al igual que el resto de sus extremidades.</li> <li>- El estilo de su cabello se encuentra en un elegante recogido y complementado con un sombrero.</li> <li>- No se enfatizan las características del cuerpo femenino.</li> <li>- Se tratan de proporciones corporales idealizadas para reflejar un estilo de belleza más natural.</li> </ul>
Imagen postural.	- Postura relajada y sentada leyendo una revista. Se representa una escena de ocio popular en la alta sociedad de la época.

Partes del cuerpo representado.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cuerpo entero de la mujer que se destaca por su elegante vestido y sus correspondientes accesorios, así como el entorno.</li> </ul>
Tipo de ropa.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Vestimenta de principios del siglo XX.</li> <li>- Vestido largo y elegante unicolor acompañado de lo que parece ser una chaqueta fina de gran ornamentación.</li> <li>- Se emplea una paleta de colores en tonalidades rojas, colores crema y verdes, típicos del estilo Art Nouveau.</li> </ul>
Presencia de complementos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gran sombrero decorativo y ornamentado.</li> <li>- También se presentan flores típicas del movimiento artístico.</li> </ul>
Maquillaje.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rubor en las mejillas y labios, ambos en tonalidades rosadas.</li> </ul>
Estilo de fotografías.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ilustración a color.</li> </ul>
Representación masculina en la imagen.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- No hay representación masculina en la portada.</li> </ul>
Estilo de prendas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Prendas exclusivas y formales típicas de la alta sociedad de la época de principios del siglo XX.</li> <li>- Estilo elitista.</li> <li>- Las prendas son características de la moda femenina que se debía emplear en los hogares de las mujeres de la alta sociedad.</li> </ul>
Protagonista de portada.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desconocida</li> </ul>
Figura individual o colectiva.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Figura individual.</li> </ul>



<p>Estereotipos de la mujer en el mensaje:</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Elegancia y sofisticación. Se presenta a la mujer como un símbolo de estatus y refinamiento.</li> <li>- Ocio y Estatus Social. Se sugiere una vida de lujo y privilegios.</li> </ul>
<p>Estereotipos de la mujer en el cuerpo:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>5. Fragilidad corporal</li> <li>6. Cintura de avispa</li> <li>7. Piel de porcelana</li> <li>8. Piernas largas</li> <li>9. Juventud en la piel y cuerpo</li> <li>10. Pelo voluminoso</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fragilidad corporal. La mujer presenta una figura esbelta y se enfatiza la imagen de fragilidad femenina como ideal de belleza.</li> <li>- Cintura Definida, para mantener el ideal de belleza de la época.</li> <li>- Piel de porcelana. Se sugiere una piel clara y sin imperfecciones debido a que en la alta sociedad los hombres y las mujeres de la época no se exponían al sol.</li> <li>- Juventud en la Piel y en el Cuerpo.</li> </ul>



Portada de Vogue 15 de diciembre de 1913. Fuente: Vogue Archive.

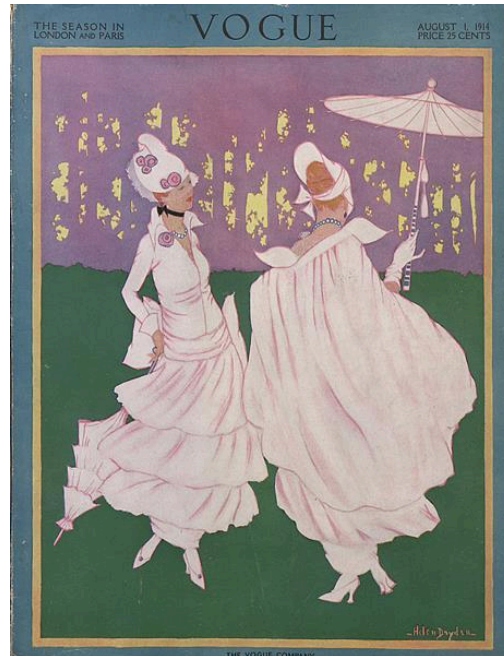
<b>CATEGORÍAS ANALÍTICAS</b>	
<b>FECHA: DÍA/MES/AÑO</b>	- 15 de diciembre de 1913
Movimiento artístico	- Art Nouveau. Se caracteriza por las líneas fluidas, formas orgánicas y decoraciones elaboradas. Podemos ver reflejados estos detalles en la portada a través del diseño tan elaborado que presenta la ilustración.
Representación de tendencia del momento	- La moda de principios del siglo XX era más relajada y menos restrictiva. - La portada muestra una escena elegante y doméstica que enfatiza la sofisticación y el refinamiento de la moda de la época.
Tipo de imagen.	- Ilustración.
Autoría	- Lester Ralph.
Identidad de la marca editorial	- La tipografía empleada en esta portada es de estilo Art Nouveau para reflejar el nivel estético de la revista. Se emplea la tipografía Didot característico de la identidad visual de la marca.
Características del cuerpo femenino.	- Se presenta una figura femenina en una postura más relajada sentada en el sillón de lo que parece ser su salón. - La cintura estaba definida y el ideal de belleza era esbelto y alargado. - Su cabello se encuentra en un elegante y lujoso recogido con adornos y ondas.

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La longitud del vestido y la postura sentada resalta las proporciones alargadas y esbeltas de la mujer.</li> <li>- Se buscaba ensalzar la elegancia y naturalidad.</li> </ul>
Imagen postural.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Se muestra una ilustración de un hombre y una mujer en un ambiente lujoso. La mujer está elegantemente vestida y se encuentra en una postura de refinamiento mientras está sentada en una silla decorativa, para reflejar estabilidad y calma, refinamiento y serenidad.</li> <li>- Existe una interacción cercana con el hombre transmitiendo una escena de intimidad y complicidad. La postura de la mujer indica interés y atención y se destaca la importancia de la interacción social en la alta sociedad.</li> <li>- Su cabeza se encuentra ligeramente inclinada sugiriendo confianza.</li> <li>- Se reflejan los estándares de la alta sociedad donde la postura era símbolo de estatus y valores.</li> <li>- La postura activa del hombre refuerza el estereotipo de los hombres y de las mujeres en donde ellas eran figuras de apoyo y belleza y ellos los actores principales en las interacciones sociales.</li> </ul>
Partes del cuerpo representado.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cuerpo entero. La mujer se encuentra representada de manera que se puede</li> </ul>

	<p>apreciar su cuerpo entero pudiendo apreciar la vestimenta completa.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La cara de la mujer está visible con una expresión tranquila y refinada.</li> <li>- Presenta un escote moderado y el cuello se ve alargado y elegante, un signo de belleza de la época.</li> <li>- Los brazos y las manos están parcialmente cubiertas por las mangas del vestido.</li> </ul>
Tipo de ropa.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Vestimenta característica de principios del siglo XX.</li> <li>- Vestido de varias capas largo hasta el suelo típico de la época, con detalles ornamentales como encajes y bordados.</li> <li>- La falda es de amplio volumen lo que genera una silueta fluida.</li> <li>- Se trata de un vestido de materiales lujosos como la seda, común en la época de la alta sociedad. Presenta detalles ornamentales como los encajes y bordados para reforzar la elegancia.</li> <li>- Zapatos de bajo tacón para combinar la elegancia y la comodidad.</li> </ul>
Presencia de complementos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La mujer lleva un sombrero decorativo grande y elegante adornado con plumas y cintas.</li> </ul>
Maquillaje.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Empleo de maquillaje como los polvos faciales, en este caso el colorete en tonalidades rojas para dar un toque de color y vitalidad al rostro.</li> </ul>

Estilo de fotografías.	- Ilustración a color.
Representación masculina en la imagen.	- Hay una representación masculina presente que interactúa con la mujer en la escena.
Estilo de prendas.	- Combinación de estilos de prendas de alta calidad para reflejar la moda elitista de la época. - Empleo de materiales lujosos.
Protagonista de portada.	- Desconocida
Figura individual o colectiva.	- Figura colectiva. Una mujer y un hombre
Estereotipos de la mujer en el mensaje:	- Ama de casa y cuidadora. La mujer se encuentra en el interior de una casa. Dentro de los roles, las mujeres de la alta sociedad eran las anfitrionas de sus hogares. - Seductora. Su postura relajada enfatiza la feminidad elegante y atractiva del momento.
Estereotipos de la mujer en el cuerpo: 5. Fragilidad corporal 6. Cintura de avispa 7. Piel de porcelana 8. Piernas largas 9. Juventud en la piel y cuerpo 10. Pelo voluminoso	- Fragilidad Corporal. Mujer esbelta y delicada que refleja la idealización de la fragilidad femenina de la época. - Cintura de avispa. Cintura ceñida y definida. - Piel de porcelana. Su piel es clara y sin imperfecciones, un signo muy valorado. - Piernas largas. Ideal de una figura alta y esbelta. - Juventud en la Piel y en el Cuerpo. Un ideal de belleza muy común que se

	representa a través de la piel sin imperfecciones y la figura juvenil de la modelo.
--	-------------------------------------------------------------------------------------



Portada de Vogue 1 de agosto de 1914. Fuente: Vogue Archive

CATEGORÍAS ANALÍTICAS	
<b>FECHA: DÍA/MES/AÑO</b>	- 1 de agosto de 1914
Movimiento artístico	- Art Nouveau. Se caracteriza por las líneas fluidas, formas orgánicas y decoraciones elaboradas. Podemos ver reflejados estos detalles en la portada a través del diseño tan elaborado que presenta la ilustración
Representación de tendencia del momento	- La portada muestra dos mujeres con vestimenta elegante y sofisticada, en un entorno al aire libre, destacando la moda y el estilo de vida de la alta sociedad.
Tipo de imagen.	- Ilustración.

Autoría	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Helen Dryden.</li> </ul>
Identidad de la marca editorial	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El logotipo con la tipografía común de la revista refuerza la identidad visual de Vogue siendo esta una publicación de la alta sociedad. Se transmite exclusividad y refinamiento.</li> </ul>
Características del cuerpo femenino.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Figura esbelta y delicada. Sus figuras son alargadas y delgadas siendo este el ideal de belleza común de la época. Se acentúa la longitud de los cuerpos a través de la vestimenta.</li> <li>- Sus cinturas siguen estando definidas.</li> <li>- Las mujeres presentan una tonalidad en la piel clara y suave, que es un atributo muy valorado en la clase social en la que se encuentran ambas féminas.</li> <li>- Se puede decir que su pelo está ligeramente estilizado y se tratan de peinados voluminosos y bien cuidados.</li> <li>- Las mujeres presentan piernas largas para enfatizar la elegancia.</li> </ul>
Imagen postural.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ambas mujeres están de pie pero en una postura que refleja el movimiento y dinamismo.</li> <li>- Las mujeres parecen estar en medio de una actividad social que sugiere interacción y socialización.</li> <li>- Sus manos y brazos se encuentran en posiciones naturales para reforzar la sensación de elegancia y naturalidad.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La posición de sus caderas sugiere un movimiento en la imagen.</li> </ul>
Partes del cuerpo representado.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cuerpo entero. Se muestran a ambas mujeres de cuerpo entero para apreciar completamente sus vestimentas.</li> </ul>
Tipo de ropa.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La ropa pertenece al estilo de prendas característico de principios del siglo XX en donde se realizó un cambio en el tipo de prendas desde vestimentas más restrictivas hacia prendas con estilos más relajados, reflejando un equilibrio entre elegancia y comodidad.</li> <li>- Las prendas que se presentan son vestidos largos y fluidos que llegan hasta el suelo. Estos vestidos tienen volantes y diversas capas que crean una silueta fluida y elegante.</li> <li>- Las telas y las texturas parecen ser de materiales suaves y fluidos.</li> <li>- Los colores empleados son en tonalidades rosadas.</li> </ul>
Presencia de complementos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ambas presentan sombreros decorativos grandes con adornos de flores y cintas.</li> <li>- Presencia de paraguas solares para dar sofisticación. También es un reflejo del estatus social presentado.</li> <li>- Zapatos de tacón bajo, típicos de la época.</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Guantes. Un accesorio esencial en la moda de la época.</li> <li>- Capa fluida de las mismas características que los vestidos para aportar mayor fluidez y versatilidad a las prendas.</li> </ul>
Maquillaje.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Empleo de maquillaje como los polvos faciales, en este caso el colorete en tonalidades rojas para dar un toque de color y vitalidad al rostro.</li> </ul>
Estilo de fotografías.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ilustración a color.</li> </ul>
Representación masculina en la imagen.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- No existe representación masculina en la ilustración.</li> </ul>
Estilo de prendas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Combinación de estilos de prendas de alta calidad para reflejar la moda elitista de la época.</li> <li>- Empleo de materiales lujosos.</li> </ul>
Protagonista de portada.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desconocida</li> </ul>
Figura individual o colectiva.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Figura colectiva. Dos mujeres.</li> </ul>
Estereotipos de la mujer en el mensaje:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Se refuerza el rol de las mujeres en un contexto de cuidadoras de la imagen social.</li> <li>- Se transmite un mensaje de feminidad alineándose con el ideal de mujer reservada pero seductora.</li> <li>- Se refuerza la imagen de elegancia y sofisticación.</li> <li>- La imagen presenta mayor seguridad en las mujeres.</li> </ul>

<p>Estereotipos de la mujer en el cuerpo:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>5. Fragilidad corporal</li> <li>6. Cintura de avispa</li> <li>7. Piel de porcelana</li> <li>8. Piernas largas</li> <li>9. Juventud en la piel y cuerpo</li> <li>10. Pelo voluminoso</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Las mujeres presentan una figura esbelta y delicada con el estereotipo de fragilidad femenina de la época.</li> <li>- Cintura de avispa.</li> <li>- Piel de porcelana, por su piel clara y suave, sin imperfecciones.</li> <li>- Piernas largas.</li> <li>- Juventud en la Piel y en el Cuerpo.</li> <li>- Pelo voluminoso y bien estilizado.</li> </ul>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



Portada de Vogue Junio 1919. Fuente: Vogue Archive

CATEGORÍAS ANALÍTICAS	
<b>FECHA: DÍA/MES/AÑO</b>	- 1 de Junio de 1919
Movimiento artístico.	- Art Decó
Representación de tendencia del momento.	- Se caracteriza por sus líneas estilizadas, colores vibrantes y un enfoque en el lujo y la modernidad. Aparecen reflejados tendencias de la

	<p>moda de 1910, que incluían sombreros adornados con flores, vestidos sueltos con estampados llamativos y collares de gran tamaño.</p>
Tipo de imagen.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ilustración. Frecuentemente, Vogue en esa época empleaba ilustraciones artísticas para representar la moda y el estilo.</li> </ul>
Autoría	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Helen Dryden. Trabajó para Vogue en la década de 1910 y 1920.</li> </ul>
Identidad de la marca editorial	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Apreciación de una portada sofisticada y elitista dirigida a la audiencia del momento.</li> </ul>
Características del cuerpo femenino.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La figura femenina en la ilustración muestra volúmenes estilizados y alargados, con un enfoque en la elegancia. Estilo del cabello corto y ondulado, común en la moda “<i>Flapper</i>”.</li> </ul>
Imagen postural.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Posición relajada y elegante. Sostiene un abanico lo que sugiere sofisticación y clase.</li> </ul>
Partes del cuerpo representado.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Se muestra la parte superior del cuerpo (rostro, hombros y manos). Esta imagen busca mostrar la atención en el atuendo y los accesorios de la mujer.</li> </ul>
Tipo de ropa.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Vestido suelto de diseño floral con colores vivos, típico de la moda de verano del momento. Los colores son brillantes y los tejidos parecen ligeros y holgados.</li> </ul>

Presencia de complementos.	- Presencia de un gran sombrero adornado con flores, un collar largo de cuentas negras, pendientes y un anillo.
Maquillaje.	- La figura femenina tiene un maquillaje en tonos suaves y claros, con labios rojos y mejillas rosadas. En la época también era común resaltar la mirada, algo que podemos apreciar con esta ilustración.
Estilo de fotografías.	- Se trata de una fotografía colorida.
Representación masculina en la imagen.	- No hay representación masculina en la imagen
Estilo de prendas.	- Estilo de prendas sofisticado y elitista, enfocado en una clase alta, quien estaba interesada en las últimas tendencias de moda.
Protagonista de portada.	- Protagonista desconocida. - Representación genérica de la mujer de moda de la época.
Figura individual o colectiva.	- Figura individual.
Estereotipos de la mujer en el mensaje:	- No parece encajar en los estereotipos de mujer ama de casa, cuidadora o infantilizada. Sin embargo, sí podríamos interpretarla como una femme fatal si hablamos en términos de seducción, empoderamiento y peligrosidad. Esto es debido a la elegancia y sofisticación que transmite la imagen, de manera estilizada y artística.

<p>Estereotipos de la mujer en el cuerpo:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>5. Fragilidad corporal</li> <li>6. Cintura de avispa</li> <li>7. Piel de porcelana</li> <li>8. Piernas largas</li> <li>9. Juventud en la piel y cuerpo</li> <li>10. Pelo voluminoso</li> </ol>	
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--



Portada de Vogue Julio 1926. Fuente: Vogue Archive

<b>CATEGORÍAS ANALÍTICAS</b>	
<b>FECHA: DÍA/MES/AÑO</b>	- 1 de julio de 1926
Movimiento artístico	- Art Decó. Caracterizado por sus formas estilizadas, líneas geométricas, colores vivos y una estética de lujo y modernidad.

Representación de tendencia del momento	- Se refleja la moda de los años 20. Esta época fue muy conocida por ser “ <i>la era del jazz</i> ” y la moda “ <i>flapper</i> ”. Vestidos de noche elegantes, collares de perlas y un estilo de vida glamuroso y sofisticado eran las tendencias del momento
Tipo de imagen.	- Ilustración.
Autoría	- La ilustración es obra de George Wolfe Plank
Identidad de la marca editorial	- Vogue es una revista de moda de alta gama, conocida por reflejar las tendencias de moda y estilo de vida en sus portadas, en este momento dirigida a una audiencia sofisticada y elitista.
Características del cuerpo femenino.	- La mujer presenta una silueta delgada y alargada, con un vestido que resalta su figura sin acentuar demasiado el busto y su trasero. Su pelo es corto y lacio, típico de la moda flapper.
Imagen postural	- Postura elegante y relajada. Sostiene un cigarro en una boquilla, lo que añade una mayor sofisticación y glamour.
Partes del cuerpo representado.	- Representación del cuerpo entero de la mujer. Apreciamos así de mejor manera su postura, en este caso, elegante.
Tipo de ropa.	- Vestido de noche flapper con flecos y detalles en diagonal. Los colores son

	vivos y predominan el rosa y el rojo, con detalles en blanco.
Presencia de complementos.	- Presencia de múltiples complementos: un collar de perlas, una pulsera, una boquilla para el cigarro y un chal decorada con flores.
Maquillaje.	- Maquillaje marcado con labios y mejillas rojas, además de ojos delineados.
Estilo de fotografías.	- Ilustración colorida. Fondo azul en contraste con el vestido y los accesorios de la mujer.
Representación masculina en la imagen	- No hay representación masculina en la ilustración
Estilo de prendas.	- Estilo de prendas elegante y sofisticado, adecuado para eventos nocturnos o fiestas. La combinación de detalles y colores muestra un enfoque en la alta costura.
Protagonista de portada.	- Representación idealizada de la mujer moderna y elegante de los años 30. Se trata de una figura genérica.
Figura individual o colectiva.	- Figura individual.
Estereotipos de la mujer en el mensaje:	- La imagen transmite la figura de una mujer sofisticada y glamurosa, en línea con la idea de una femme fatal en términos de seducción empoderada. - No encaja en los estereotipos de ama de casa, cuidadora o infantilizada.

<p>Estereotipos de la mujer en el cuerpo:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>5. Fragilidad corporal</li> <li>6. Cintura de avispa</li> <li>7. Piel de porcelana</li> <li>8. Piernas largas</li> <li>9. Juventud en la piel y cuerpo</li> <li>10. Pelo voluminoso</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fragilidad corporal. Silueta delgada y alargada.</li> <li>- Piel de porcelana. Piel suave y perfecta.</li> <li>- Piernas largas.</li> <li>- Juventud en la piel y el cuerpo. Sin representación de arrugas.</li> </ul>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



Portada de Vogue 27 de abril de 1929. Fuente: Vogue Archive.

CATEGORÍAS ANALÍTICAS	
<b>FECHA: DÍA/MES/AÑO</b>	- 27 de abril de 1929.
Movimiento artístico	- Art Decó. Un estilo característico de finales del 20 y principios de los años 30. Se caracteriza por las líneas geométricas.



Representación de tendencia del momento	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La portada refleja la tendencia de mujer moderna e independiente. La figura femenina aparece reflejada mientras usa un teléfono sentada en un sillón lo que refleja la llegada de las tecnologías a la vida cotidiana.</li> </ul>
Tipo de imagen.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ilustración.</li> </ul>
Autoría	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Georges Lepape. Un conocido ilustrador de la revista durante la época.</li> </ul>
Identidad de la marca editorial	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La identidad visual de la marca es reconocida por su enfoque en la alta moda, el lujo y la cultura. La tipografía “Vogue” es elegante y refleja los valores de la marca.</li> </ul>
Características del cuerpo femenino.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La figura femenina es esbelta y alargada</li> <li>- No se enfatizan los volúmenes del cuerpo femenino alineándose con los estándares del momento.</li> <li>- El cabello se encuentra recogido junto a un sombrero común en las mujeres de los años 20.</li> </ul>
Imagen postural.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Postura relajada que se ve reflejado en la situación en la que se encuentra la mujer. Esta se encuentra con una pierna cruzada y una mano sosteniendo el teléfono lo que nos indica comodidad y la nueva modernidad que se estaba viviendo.</li> </ul>

Partes del cuerpo representado.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Se muestra a la mujer de cuerpo entero para apreciar así el diseño completo de la vestimenta presentada.</li> <li>- La cara se encuentra en una posición frontal y así se refleja la expresión relajada y segura que mantiene la modelo en la portada de la revista.</li> </ul>
Tipo de ropa.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Se trata de un tipo de vestimenta muy común en la moda de finales del los años 20. Un vestido suelto y largo característico de la moda flapper. Las tonalidades son oscuras y se presentan en un estampado para destacar a la mujer en el fondo neutro.</li> </ul>
Presencia de complementos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sombrero cloche, muy popular en los años 20.</li> <li>- Collar de perlas, para añadir un toque de sofisticación.</li> <li>- Teléfono. En esta imagen se presenta como un complemento que simboliza la modernidad de la época.</li> <li>- Guantes en un tono marrón signo de elegancia.</li> </ul>
Maquillaje.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Maquillaje sutil caracterizado por el empleo de polvos en las mejillas para dar rubor y vitalidad a su imagen.</li> </ul>
Estilo de fotografías.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ilustración colorida.</li> </ul>
Representación masculina en la imagen.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- No hay representación masculina en la ilustración.</li> </ul>
Estilo de prendas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Combinación de prendas exclusivas con algunas más accesibles. El vestido y los accesorios son reflejo de prendas</li> </ul>

	más accesibles para las mujeres pero el estilo de ropa elegante refleja la independencia y modernidad de la mujer.
Protagonista de portada.	- La protagonista de la portada es desconocida.
Figura individual o colectiva.	- Figura individual. .
Estereotipos de la mujer en el mensaje:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Seductora e independiente. La mujer parece segura y cómoda desafiando los estereotipos tradicionales de sumisión y dependencia de las mujeres.</li> <li>- Se presenta a la mujer en una actitud despreocupada para proyectar independencia y confianza.</li> </ul>
<p>Estereotipos de la mujer en el cuerpo:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>5. Fragilidad corporal</li> <li>6. Cintura de avispa</li> <li>7. Piel de porcelana</li> <li>8. Piernas largas</li> <li>9. Juventud en la piel y cuerpo</li> <li>10. Pelo voluminoso</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cuerpo esbelto. Sigue siendo un estereotipo común en el ideal de belleza femenino.</li> <li>- Piel de porcelana. Simboliza elegancia y pureza.</li> <li>- Piernas largas. Atributo deseable en la imagen femenina.</li> </ul>



Portada de Vogue Agosto 1940. Fuente: Vogue Archive

<b>CATEGORÍAS ANALÍTICAS</b>	
<b>FECHA: DÍA/MES/AÑO</b>	- 15 de Agosto de 1940
Movimiento artístico	- Representación del contexto bélico ya que esta imagen fue sacada en el periodo de la Segunda Guerra Mundial. Funcionalidad y practicidad era lo más importante.
Representación de tendencia del momento	- La moda colegial y deportiva. Podemos apreciar la repentina participación de las mujeres en actividades ajenas al hogar.
Dibujo o fotografía	- Fotografía
Autoría	- Toni Frissel
Identidad de la marca editorial	- Se trata de una de las revistas más influyentes a nivel mundial, fue quien

	estableció múltiples estándares de belleza.
Características del cuerpo femenino.	- Cuerpo delgado y atlético, peinado corto y ondulado, muy común en los años 40. Las proporciones de la mujer son equilibradas, con un toque natural y funcional.
Imagen postural.	- La mujer se presenta de pie, apoyada en una bicicleta. Presenta confianza.
Partes del cuerpo representado.	- Representación del cuerpo entero de la mujer.
Tipo de ropa.	- Estamos en la década de 1940. El volumen en la ropa era con un corte práctico y holgado. La mujer presenta una chaqueta a conjunto con una falda de corte medio y calcetines altos. Los colores en la vestimenta son neutros y oscuros, típicos de la moda durante la guerra. En este caso, presenta un zapato plano.
Presencia de complementos.	- No hay joyas visibles aunque se podría decir que la bicicleta se está usando como un complemento muy destacado en la imagen.
Maquillaje.	- Maquillaje neutral. Se acentúa la salud y la actividad física de la mujer.
Estilo de fotografías.	- Fotografía colorida. Colores neutros y oscuros.
Representación masculina en la imagen.	- No existe representación masculina en la imagen.

Estilo de prendas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El estilo de prendas es accesible, en él se ve reflejada la moda deportiva y colegial del periodo en el que se encontraba el mundo. Se prioriza la durabilidad y el confort.</li> </ul>
Protagonista de portada.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La protagonista es desconocida. Se representa a una mujer común de la época.</li> </ul>
Figura individual o colectiva.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Figura individual.</li> </ul>
Estereotipos de la mujer en el mensaje:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Representación de una mujer joven y activa que refleja independencia. En este caso, no aparecen representados estereotipos como el de ama de casa, seductora, infantilizada o femme fatale.</li> </ul>
Estereotipos de la mujer en el cuerpo: <ol style="list-style-type: none"> <li>5. Fragilidad corporal</li> <li>6. Cintura de avispa</li> <li>7. Piel de porcelana</li> <li>8. Piernas largas</li> <li>9. Juventud en la piel y cuerpo</li> <li>10. Pelo voluminoso</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Esta portada refleja una época de cambio y de adaptación para los estereotipos de las mujeres. Se busca representar la repentina participación de las mujeres en la vida laboral, la educación y la vida pública que se dio durante la Segunda Guerra Mundial.</li> </ul>



Portada de Vogue 15 de septiembre de 1945. Fuente: Vogue Archive.

<b>CATEGORÍAS ANALÍTICAS</b>	
<b>FECHA: DÍA/MES/AÑO</b>	- 15 de Septiembre de 1945
Movimiento artístico	- Periodo de la Segunda Guerra Mundial.
Representación de tendencia del momento	- Estética práctica y elegante. Se refleja la simplicidad debido a la escasez de materiales.
Tipo de imagen.	- Fotografía.
Autoría	- John Rawlings.
Identidad de la marca editorial	- La marca se refleja en la portada a través de su tipografía distintiva y su enfoque en la alta moda.
Características del cuerpo femenino.	- Cuerpo esbelto y proporcionado, con un énfasis en la silueta esbelta. El cabello está cuidadosamente peinado

Imagen postural.	- La modelo se encuentra de pie, con una pose elegante y una mirada hacia un lado, sugiriendo confianza.
Partes del cuerpo representado.	- Se muestra el cuerpo entero para destacar su vestido y complementos.
Tipo de ropa.	- Vestido ceñido a la figura femenina de color oscuro, típico de la moda de los años 40, complementado con un sombrero y un abrigo de piel.
Presencia de complementos.	- Presencia de sombrero junto a un abrigo de lo que parece ser piel, además de un broche en el cuello, para añadir elegancia.
Maquillaje.	- Maquillaje sobrio y elegante con un ligero resalto en los labios.
Estilo de fotografías.	- Fotografía colorida.
Representación masculina en la imagen.	- No existe representación masculina en la imagen.
Estilo de prendas.	- Combinación de prendas que reflejan la exclusividad y la sofisticación de la época.
Protagonista de portada.	- Desconocida.
Figura individual o colectiva.	- Figura individual
Estereotipos de la mujer en el mensaje:	- La pose de la modelo, con esa postura puede interpretarse como una representación sutil de seducción, de manera elegante y discreta. No se enfatiza una sexualidad abierta, sino que se lanza un mensaje de atractivo refinado.



<p>Estereotipos de la mujer en el cuerpo:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>5. Fragilidad corporal</li> <li>6. Cintura de avispa</li> <li>7. Piel de porcelana</li> <li>8. Piernas largas</li> <li>9. Juventud en la piel y cuerpo</li> <li>10. Pelo voluminoso</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Su pose puede interpretarse como delicada debido a la suavidad del movimiento que parece estar realizando.</li> <li>- Sus proporciones son esbeltas acentuando el estereotipo de delgadez como ideal de belleza femenino.</li> <li>- Piel de porcelana</li> <li>- Juventud en la piel y Cuerpo</li> <li>- Piernas largas</li> </ul>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



Portada de Vogue enero de 1949. Fuente: Vogue Archive.

CATEGORÍAS ANALÍTICAS	
<b>FECHA: DÍA/MES/AÑO</b>	- Enero de 1949.
Movimiento artístico	Modernismo, con influencias del art déco en la moda y el diseño.

Representación de tendencia del momento	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Retorno a la elegancia y la sofisticación, con un enfoque en la feminidad clásica y los detalles refinados.</li> </ul>
Tipo de imagen.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fotografía en color</li> </ul>
Autoría	<ul style="list-style-type: none"> <li>- No especificada en la portada, común en las publicaciones de la época.</li> </ul>
Características del cuerpo femenino.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Modelo: Anónima (como era común en la época, las modelos no siempre eran identificadas).</li> <li>- Figura: Presenta una figura esbelta y estilizada.</li> <li>- Cabello: Peinado clásico, oculto parcialmente bajo un gorro.</li> </ul>
Imagen postural.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La modelo está representada en una postura elegante, levantando el brazo en un gesto grácil y sofisticado. Su expresión facial es serena y sonriente, transmitiendo calma y confianza.</li> </ul>
Partes del cuerpo representado.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Parte superior del cuerpo.</li> </ul>
Tipo de ropa.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Vestimenta clásica y elegante de finales de los años 40.</li> <li>- Detalles: Lleva una bufanda y guantes, símbolos de sofisticación y estatus social.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Colores: Predominan tonos suaves y neutros, complementados con detalles en tonos más vibrantes.</li> </ul>
Presencia de complementos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Broche en la bufanda, un accesorio que añade un toque de elegancia.</li> </ul>
Maquillaje	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Maquillaje con énfasis en las cejas y los labios, siguiendo los estándares de belleza de la época.</li> </ul>
Estilo de fotografías.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fotografía en color .</li> </ul>
Representación masculina en la imagen.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- No hay representación masculina en la imagen.</li> </ul>
Estilo de prendas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Prendas clásicas y elegantes, típicas de la alta costura de la época, que reflejan un enfoque en la sofisticación y el refinamiento.</li> </ul>
Protagonista de portada.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Modelo no identificada, lo que era común en las portadas de revistas de moda de la época.</li> </ul>
Identidad de la Marca Editorial	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Vogue utiliza la tipografía Didot para su logotipo, una fuente que confiere elegancia y alta legibilidad, consistente con la imagen de la revista.</li> </ul>
Figura Individual o Colectiva	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Figura individual.</li> </ul>

<p>Estereotipos de la mujer en el mensaje:</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Elegancia y Sofisticación: El mensaje implícito es que la mujer debe ser elegante y sofisticada.</li> <li>- Belleza Clásica: Refleja los ideales de belleza clásica de la época, centrados en la feminidad y la gracia.</li> </ul>
<p>Estereotipos de la mujer en el cuerpo:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>5. Fragilidad corporal</li> <li>6. Cintura de avispa</li> <li>7. Piel de porcelana</li> <li>8. Piernas largas</li> <li>9. Juventud en la piel y cuerpo</li> <li>10. Pelo voluminoso</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fragilidad Corporal: La postura grácil sugiere delicadeza.</li> <li>- Cintura de Avispa: Aunque no se ve directamente, la figura esbelta insinúa este ideal.</li> <li>- Piel de Porcelana: El maquillaje y la iluminación resalta una piel impecable y suave.</li> <li>- Juventud en la Piel y el Cuerpo: La modelo presenta una apariencia juvenil, un ideal común en la representación de la belleza femenina.</li> <li>- Cabello Voluminoso: Aunque el cabello está cubierto, el peinado visible sugiere volumen y cuidado</li> </ul>



Portada de Vogue Mayo 1953. Fuente: Vogue Archive.

<b>CATEGORÍAS ANALÍTICAS</b>	
<b>FECHA: DÍA/MES/AÑO</b>	- 15 de Mayo de 1953.
Movimiento artístico	- Estilo clásico influenciado por el glamour de Hollywood y la recuperación económica después de la Segunda Guerra Mundial.
Representación de tendencia del momento	- Alta costura, elegancia y estilo sofisticado.
Dibujo o fotografía	- Fotografía.
Autoría (pintores, ilustradores, fotógrafos).	- Desconocido.
Identidad de la marca editorial	- Capacitación por parte de vogue de definir y reflejar las tendencias de moda y belleza.
Cuerpo femenino: volúmenes y formas + estilo de pelo + tamaño de pecho y trasero+proporciones	- Cuerpo delgado y curvas sutiles, estándares del ideal de belleza de los años 50. Peinados elegantes, recogidos y con sombrero. Proporciones

	equilibradas y estilizadas, destacando la cintura de reloj de arena por parte de la figura femenina.
Imagen postural	- Representación de dos mujeres: lateral y frontal.
Parte de cuerpo: entero, cara, otras partes (ej. Espalda, escote, trasero...).	- Representación de los tres cuerpos enteros.
Tipo de ropa (época, volumen, tipo de prenda, colores, zapatos de tacón alto, bajo, plano)	- Vestido azul ceñido que pronuncia la cintura. Complementos como cinturón, guantes, sombrero y tacones. La colorimetría principal es en tonos azules con complementos en colores complementarios.
Presencia de complementos: joyas, sombrero, bolso	- Presencia de sombrero, bolso y guantes.
Maquillaje (y tipo), cara lavada	- Maquillaje elegante con labios rojos, común en la moda de los años 50.
Fotografías coloridas o neutrales	- Fotografía en color.
Representación masculina en la imagen	- Sí. Un hombre aparece en medio de las dos mujeres vestido con un traje elegante de color oscuro sosteniendo un sombrero, lo que nos indica un estilo adinerado, clásico y elegante.
Estilo de prendas (Ej: combinación exclusivas con accesibles, sport, fiesta, tejidos naturales, sofisticado, elitista, etc.)	- El tipo de prendas que aparece en la portada hace claras referencias a la alta costura del momento.
Protagonista de portada (desconocida, actriz, cantante, modelo).	- Los protagonistas son desconocidos.
Figura individual o colectiva (indicar)	- Figura colectiva, dos mujeres y un hombre.

<p>Representación de estereotipos de la mujer en el mensaje:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ama de casa, cuidadora.</li> <li>2. Seductora, sexualmente disponible.</li> <li>3. Infantilizada</li> <li>4. Femme fatal (seducción empoderada y peligrosa).</li> </ol>	<p>Aparecen representados estereotipos como</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Cintura de avispa.</li> <li>2. Piel de porcelana.</li> <li>3. Piernas largas.</li> <li>4. Juventud en la piel y el cuerpo.</li> </ol>
<p>Representación de estereotipos de la mujer en el cuerpo:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>5. Fragilidad corporal</li> <li>6. Cintura de avispa</li> <li>7. Piel de porcelana</li> <li>8. Piernas largas</li> <li>9. Juventud en la piel y cuerpo</li> <li>10. Pelo voluminoso</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Por otra parte, no podemos decir que aparezca representados estereotipos como el de ama de casa, mujer seductora o infantilizada. En este caso, la imagen proyectada hace claras referencias hacia el papel de mujer sofisticada, de clase alta.</li> <li>- El papel del hombre nos indica que la moda masculina también está presente en la sociedad y es de importancia, para destacar principalmente el estatus social en el que se deben encontrar.</li> </ul>



Portada de Vogue de julio de 1957. Fuente: Vogue Archive.

<b>CATEGORÍAS ANALÍTICAS</b>	
<b>FECHA: DÍA/MES/AÑO</b>	- Julio de 1957.
Movimiento artístico	- Postguerra y Belleza clásica. Retorno a la belleza clásica y la elegancia después de la Segunda Guerra Mundial. El objetivo era centrarse en la feminidad y el glamour después de los últimos años en guerra.
Representación de tendencia del momento	- Los años 50 fueron una época en la moda femenina para resaltar la belleza con una tendencia hacia la elegancia y el refinamiento.
Tipo de imagen.	- Fotografía.
Autoría	- Se desconoce.
Identidad de la marca editorial	- La tipografía utilizada es la icónica de Vogue, que se ha mantenido relativamente constante a lo largo de



	<p>los años. Esta tipografía es elegante y clásica, reflejando la sofisticación y el estatus de la revista como líder en moda y estilo.</p>
Características del cuerpo femenino.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Figura femenina estilizada y elegante.</li> <li>- Presenta una piel impecable, con labios intensos de color rojo y una perfecta manicura que refleja los estándares de belleza de la época.</li> <li>- Peina estructurada y elegante propio de un estilo de los años 50.</li> <li>- No se ensalzan los volúmenes en las proporciones corporales.</li> </ul>
Imagen postural.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La mujer se encuentra en una postura pensativa y elegante con la cabeza ligeramente inclinada junto con su mano apoyada en la barbilla para aportar elegancia y reflexión.</li> </ul>
Partes del cuerpo representado.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La portada se centra en el rostro y las manos de la mujer, destacando su expresión pensativa y su manicura perfecta.</li> </ul>
Tipo de ropa.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Vestido clásico de los años 50 con un diseño floral.</li> <li>- El vestido es de verano, el tipo de tela presentado es ligero y la modelo presencia un sombrero adornado con mariposas de gran tamaño.</li> <li>- Predominan los colores suaves y naturales pero se acentúa el color en los labios de la mujer.</li> </ul>

Presencia de complementos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La mujer presenta unos pendientes y un anillo grande para añadir lujo a la portada.</li> <li>- Un sombrero repleto de mariposa como decoración floral, típico de los años 50.</li> <li>- Otra mariposa como elemento decorativo que añade naturalidad a la imagen.</li> </ul>
Maquillaje.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Maquillaje clásico enfatizando los labios con un color rojo intenso, unas cejas bien definidas y una tez impecable.</li> </ul>
Estilo de fotografías.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fotografía colorida.</li> </ul>
Representación masculina en la imagen.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- No hay representación masculina en la portada de la revista.</li> </ul>
Estilo de prendas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Estilo de prendas elegantes y clásicas reflejo de la moda de los años 50.</li> </ul>
Protagonista de portada.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La mujer de la portada es desconocida pero sí representativa de los ideales de belleza de la época.</li> </ul>
Figura individual o colectiva.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Figura individual.</li> </ul>
Estereotipos de la mujer en el mensaje:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Seductora y sofisticada para representar elegancia y reflexión.</li> </ul>

<p>Estereotipos de la mujer en el cuerpo:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>5. Fragilidad corporal</li> <li>6. Cintura de avispa</li> <li>7. Piel de porcelana</li> <li>8. Piernas largas</li> <li>9. Juventud en la piel y cuerpo</li> <li>10. Pelo voluminoso</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fragilidad Corporal en una figura esbelta y elegante representativa de los estereotipos de belleza ideal.</li> <li>- Piel de porcelana. Se presenta la piel clara de la mujer que simboliza pureza y elegancia.</li> <li>- Juventud en la Piel y en el Cuerpo. Ideal de belleza representativo con el paso del tiempo.</li> </ul>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



Portada de vogue de mayo de 1959. Fuente: Vogue Archive.

CATEGORÍAS ANALÍTICAS	
<b>FECHA: DÍA/MES/AÑO</b>	- Mayo de 1959.
Movimiento artístico	- Postguerra y Belleza clásica. Retorno a la belleza clásica y la elegancia después de la Segunda Guerra Mundial. El objetivo era centrarse en

	la feminidad y el glamour después de los últimos años en guerra.
Representación de tendencia del momento	- Moda veraniega y maquillaje. Se destaca en la portada una tendencia hacia los estilos frescos y coloridos.
Tipo de imagen.	- Fotografía.
Autoría	- Irving Penn.
Identidad de la marca editorial	- La tipografía utilizada es la icónica de Vogue. Se ha mantenido relativamente constante a lo largo de los años. Esta tipografía es elegante y clásica, reflejando la sofisticación y el estatus de la revista como líder en moda y estilo.
Características del cuerpo femenino.	- Figura femenina estilizada y elegante. - Presenta una piel impecable, con labios intensos de color rojo y una perfecta manicura que refleja los estándares de belleza de la época. - Peina estructurada y elegante propio de un estilo de los años 50. - No se ensalzan los volúmenes en las proporciones corporales.
Imagen postural.	- Postura elegante que resalta la figura de la mujer con su atuendo con la intención de captar la atención del espectador.
Partes del cuerpo representado.	- Cuerpo entero. Se muestra a la mujer sentada en lo que se presenta como un fondo floral indicador de que se acercan los años 60, época de





Portada de vogue Mayo 1960. Fuente: Vogue Archive.

<b>CATEGORÍAS ANALÍTICAS</b>	
<b>FECHA: DÍA/MES/AÑO</b>	- Mayo de 1960.
Movimiento artístico	- Pop Art.
Representación de tendencia del momento	- Se refleja la tendencia del momento hacia una estética juvenil y fresca.
Dibujo o fotografía	- Fotografía
Autoría (pintores, ilustradores, fotógrafos).	- Durante esta época, David Bailey y Richard Avedon fueron muy conocidos por sus trabajos en la revista. En este caso, no se especifica autoría.
Identidad de la marca editorial	- La revista elegida es Vogue París, una de las capitales de la moda con mayor influencia en la revista por su presencia en la alta costura y la elegancia que le caracteriza.
Cuerpo femenino: volúmenes y formas + estilo de pelo +tamaño de pecho y trasero+proporciones	- Se aprecia un cuerpo delgado y esbelto. El ideal de belleza de la época era " <i>imagen de muñeca</i> ", es decir, boca carnosa, ojos grandes y marcados y un gran volumen capilar.
Imagen postural	- Representación de la mujer sentada, con una mano apoyada en su cabeza.
Parte de cuerpo: entero, cara, otras partes (ej. Espalda, escote, trasero...).	- Mayormente se muestra la parte superior del cuerpo, aunque se aprecian parte de las piernas de la modelo.
Tipo de ropa (época, volumen, tipo de prenda, colores, zapatos de tacón alto, bajo, plano)	- Las prendas son ajustadas al cuerpo, en tonos claros, en donde se destaca la comodidad debido al tipo de prenda que en este caso es el punto y medias de red. No se presentan prendas

	insinuantes y además ninguna parte del cuerpo queda al descubierto.
Presencia de complementos: joyas, sombrero, bolso	- Tres mariposas posicionadas alrededor de la prenda principal son empleados como complemento del look.
Maquillaje (y tipo), cara lavada	- Maquillaje que acentúa los ojos, en donde destacan las pestañas de la modelo, típico de la moda de los años 60. El resto del rostro es neutro para enfatizar la imagen dulce de la mujer. Se destaca la nueva moda de la época, dibujar con lápiz de ojos las pestañas de la parte inferior del ojo.
Fotografías coloridas o neutrales	- Fotografía colorida. Paleta de colores suave pero vibrante.
Representación masculina en la imagen	- No existe representación masculina.
Estilo de prendas (Ej: combinación exclusivas con accesibles, sport, fiesta, tejidos naturales, sofisticado, elitista, etc.)	- Prendas casuales y accesibles. Materiales ligeros y transpirables. Se potencian las prendas ajustadas al cuerpo. El estilo sigue siendo sofisticado aunque más casual.
Protagonista de portada (desconocida, actriz, cantante, modelo).	- La modelo en este caso es reconocida. Su nombre es Twiggy, quien fue la primera gran modelo internacional y la primera supermodelo.
Figura individual o colectiva (indicar)	- Figura individual.



<p>Representación de estereotipos de la mujer en el mensaje:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ama de casa, cuidadora.</li> <li>2. Seductora, sexualmente disponible.</li> <li>3. Infantilizada</li> <li>4. Femme fatal (seducción empoderada y peligrosa).</li> </ol>	<p>- Se representan los nuevos estereotipos de la mujer en donde su imagen se eleva a un nuevo lugar, dando presencia así a una nueva imagen que busca proyectar la juventud y la frescura, dejando atrás los estereotipos tradicionales.</p>
<p>Representación de estereotipos de la mujer en el cuerpo:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>5. Fragilidad corporal</li> <li>6. Cintura de avispa</li> <li>7. Piel de porcelana</li> <li>8. Piernas largas</li> <li>9. Juventud en la piel y cuerpo</li> <li>10. Pelo voluminoso</li> </ol>	<p>- Estereotipos como el de fragilidad corporal vuelven. La piel de porcelana persiste junto con la juventud en la piel y el cuerpo femenino.</p>



Portada de Vogue Agosto 1974. Fuente: Vogue Archive

<b>CATEGORÍAS ANALÍTICAS</b>	
<b>FECHA: DÍA/MES/AÑO</b>	- Agosto de 1974
Movimiento artístico	- Estilo moderno. Enfocado en la fotografía de moda y un diseño gráfico limpio.
Representación de tendencia del momento	- La portada refleja la tendencia de moda del momento tanto en la belleza del maquillaje como el peinado y la ropa.
Tipo de imagen.	- Fotografía a color.
Autoría	
Identidad de la marca editorial	
Características del cuerpo femenino.	- La modelo tiene un rostro ovalado con pómulos marcados y una estructura facial suave. Su cabello es voluminoso, rizado y bien peinado. Al tratarse de un primer plano de la cara, no es posible analizar las proporciones del cuerpo de la mujer. Se interpreta que son proporciones equilibradas.
Imagen postural.	- La imagen postural de la modelo estadounidense es frontal y sonriente, mostrando una faceta amable y accesible.
Partes del cuerpo representado.	- Se muestra la cara y la parte superior del torso.
Tipo de ropa.	- Se trata de una época datada de finales de los años 70. La modelo presenta un

	<p>suéter voluminoso de color azul y una bufanda de colores.</p>
Presencia de complementos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Como complementos, unos pendientes en formato de aros y un fular alrededor del cuello, sin presencia de sombreros ni bolso.</li> </ul>
Maquillaje.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Maquillaje natural en donde se resaltan los labios y los ojos de manera sutil.</li> </ul>
Estilo de fotografías.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fotografía colorida, con una mezcla de colores naturales y vivos.</li> </ul>
Representación masculina en la imagen.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- No hay representación masculina en la imagen.</li> </ul>
Estilo de prendas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Prendas accesibles y causales como un suéter azul. Un fular en tonalidades rojas que estiliza el look de la mujer.</li> </ul>
Protagonista de portada.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La protagonista de la portada se llama Beverly Johnson, primera modelo negra en salir en portada para “Vogue USA” (El País, 2024). La elección de Beverly como la primera modelo negra rompe con los estereotipos raciales y promueve una mayor inclusión y diversidad en el sector de la moda.</li> </ul>
Figura individual o colectiva.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Figura individual, dando exclusividad absoluta a la modelo.</li> </ul>
Estereotipos de la mujer en el mensaje:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- No podemos decir que se vean reflejados en esta imagen estereotipos de ama de casa, cuidadora, infantilización de la mujer, pero sí se muestra en posición de empoderamiento y cierto toque</li> </ul>

	<p>seductor por la disposición de su mirada.</p>
<p>Estereotipos de la mujer en el cuerpo:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>5. Fragilidad corporal</li> <li>6. Cintura de avispa</li> <li>7. Piel de porcelana</li> <li>8. Piernas largas</li> <li>9. Juventud en la piel y cuerpo</li> <li>10. Pelo voluminoso</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Observamos una piel suave y uniforme debido a que se trata de una mujer joven y saludable, concepto que coincide con el enfoque que muchas revistas tratan de reflejar. En este caso, el volúmen de su cabello es voluminoso y rizado. Al tratarse de una mujer afroamericana, su condición de cabello natural es rizado, pero en este caso apreciamos como su melena ha sido alisada adaptándose una vez más a las tendencias de la sociedad.</li> </ul>



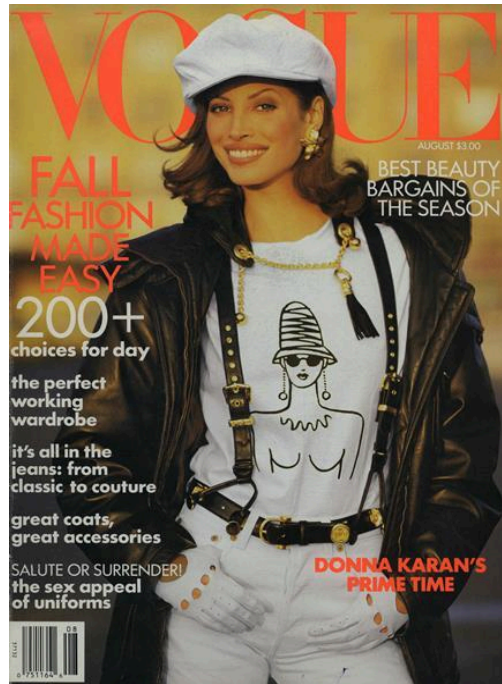
Portada de Vogue Noviembre de 1988. Fuente: Vogue: Archive.

<b>CATEGORÍAS ANALÍTICAS</b>	
<b>FECHA: DÍA/MES/AÑO</b>	- Noviembre de 1988
Movimiento artístico	- Influencias del Pop Art y el diseño gráfico de los años 80, caracterizado por los colores vivos y la tipografía “bold” *
Representación de tendencia del momento	- Se reflejan las tendencias de los años 80 que se caracterizaban por hacer énfasis en los elementos llamativos, algo que podemos ver perfectamente reflejado en la cruz del suéter de la modelo como en las tonalidades de la tipografía empleada.
Tipo de imagen.	- Fotografía a color.
Autoría	- Peter Lindbergh fue el fotógrafo elegido para la ocasión. Fue la primera portada de Anna Wintour como editora jefe de la revista.
Identidad de la marca editorial	- Vogue es conocida por su enfoque en la moda, belleza y estilo de vida.
Características del cuerpo femenino.	- La modelo tiene una figura esbelta y tonificada, un cabello largo, voluminoso y rizado, un prototipo de pelo que se encontraba en tendencia esa década. Esta portada tiene por objetivo focalizarse en la parte superior del cuerpo, el cual es delgado y con unas proporciones equilibradas.
Imagen postural.	- La modelo se encuentra en una postura relajada y sonriente, proyectando una imagen de confianza y alegría.

Partes del cuerpo representado.	- Aparece representada su cara y su torso superior
Tipo de ropa.	- La ropa empleada para esta portada fue el punto clave más polémico del comienzo de la carrera de Anna Wintour. Empleó la combinación de prendas exclusivas y de alta costura con prendas básicas. Unos vaqueros de la marca Guess combinados con una chaqueta de Christian Lacroix, una marca de alta costura.
Presencia de complementos.	- No hay presencia de joyas visibles pero destaca la pedrería de la chaqueta en forma de cruz. Esta decoración es extravagante y hace la función de complemento principal.
Maquillaje.	- El maquillaje es natural, se busca dar sensación de cara lavada y mujer joven.
Estilo de fotografías.	- La fotografía es muy colorida. Presencia de colores vivos y llamativos, tendencia en los 80.
Representación masculina en la imagen.	- No hay representación de figuras masculinas en esta portada.
Estilo de prendas.	- Prendas exclusivas y llamativas, con una combinación de elementos de alta costura y moda más accesible.
Protagonista de portada.	- Michaela Bercu. Una modelo, actriz y presentadora israelí.
Figura individual o colectiva.	- Figura individual.

<p>Estereotipos de la mujer en el mensaje:</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aunque no exista una representación explícita de mujer seductora, el tipo de ropa ajustada al cuerpo o el crop top con un diseño llamativo y ajustado sugiere cierto tipo de atractivo sexual.</li> <li>- Su expresión es relajada y sonriente lo que suaviza el mensaje anterior.</li> <li>- El objetivo es enfocar la moda hacia un tipo de belleza más accesible.</li> </ul>
<p>Estereotipos de la mujer en el cuerpo:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>5. Fragilidad corporal</li> <li>6. Cintura de avispa</li> <li>7. Piel de porcelana</li> <li>8. Piernas largas</li> <li>9. Juventud en la piel y cuerpo</li> <li>10. Pelo voluminoso</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Su cabello es largo, rizado y voluminoso. Se trata de un estilo de cabello muy característico de la época y un símbolo de belleza y atractivo.</li> <li>- Una piel perfecta y cuidada, sugiere también un ideal de belleza.</li> <li>- Aunque su figura no está completamente pronunciada, sigue destacando su cuerpo delgado como ideal de belleza tradicional.</li> </ul>

"*Bold*: es un estilo de fuente que se caracteriza por tener trazos más gruesos y oscuros en comparación con la versión regular de la misma tipografía" (Defharo, s.f.).



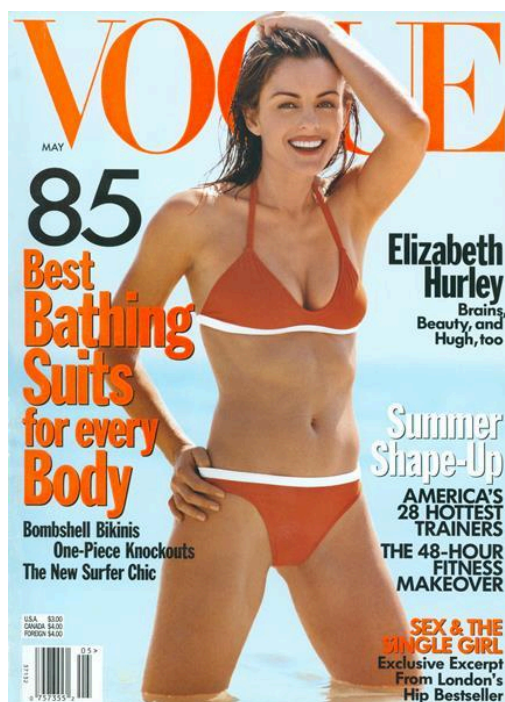
Portada de vogue Agosto de 1992. Fuente: Vogue Archive

<b>CATEGORÍAS ANALÍTICAS</b>	
<b>FECHA: DÍA/MES/AÑO</b>	- 1 de Agosto de 1992.
Movimiento artístico	- Influencias del Pop Art. Diseño gráfico caracterizado por su enfoque en la moda y una tipografía llamativa.
Representación de tendencia del momento	- Claras combinaciones de elementos de alta costura y ropa casual. Destacan las primeras impresiones gráficas en las prendas de vestir.
Tipo de imagen.	- Fotografía a color.
Autoría	- Editora de la revista. Anna Wintour.
Identidad de la marca editorial	- Representación de las tendencias actuales, siendo una marca conocida por su enfoque en la moda, la belleza y su estilo de vida glamuroso.



Características del cuerpo femenino.	- La modelo presenta una figura esbelta y tonificada. Su cabello es largo y voluminoso, con suaves ondas. Destaca por su figura delgada con proporciones equilibradas. Se muestra únicamente la imagen superior.
Imagen postural.	- Postura relajada y sonriente, proyecta confianza y estilo.
Partes del cuerpo representado.	- Cara y torso superior.
Tipo de ropa.	- Estilo años 90. La modelo lleva una chaqueta de cuero negra, una camiseta blanca con un gráfico en medio. Pantalones de cintura alta, guantes, cinturón y tirantes.
Presencia de complementos.	- Pendientes dorados, cinturón, tirantes y collar en cuero con detalles dorados. Guantes y gorra marinera blanca.
Maquillaje.	- Maquillaje natural caracterizado por varias tendencias icónicas de la cultura pop de la época. Labios marrones ligeramente brillantes. Sombra ahumada en los ojos, con sombras negras y marrones. Cejas delgadas y arqueadas.
Estilo de fotografías.	- Fotografía colorida.
Representación masculina en la imagen.	- No hay figuras masculinas en la imagen.
Estilo de prendas.	- Prendas exclusivas y llamativas. Este look desafía los roles tradicionales de género, en donde se muestra como una mujer independiente y segura.

Protagonista de portada.	- Christy Turlington. Una supermodelo estadounidense.
Figura individual o colectiva.	- Figura individual.
Estereotipos de la mujer en el mensaje:	- Christy Turlington es el estereotipo de belleza ideal de los años 90 por su tipo de piel y rasgos faciales impecables. Se lanza el mensaje de modelo de belleza inalcanzable para la mayoría de la población. Turlington resalta su juventud y vitalidad y deja claro el estereotipo de la exclusividad y el lujo.
Estereotipos de la mujer en el cuerpo: 5. Fragilidad corporal 6. Cintura de avispa 7. Piel de porcelana 8. Piernas largas 9. Juventud en la piel y cuerpo 10. Pelo voluminoso	- Figura esbelta y delgada. La moda en los años 90 aplaudía los cuerpos delgados como ideal de belleza. - Cintura definida. Característica comúnmente idealizada en la moda. - Piel impecable - Juventud y vitalidad. - Cabello voluminoso y saludable.



Portada de Vogue mayo de 1998. Fuente: Vogue Archive

CATEGORÍAS ANALÍTICAS	
FECHA: DÍA/MES/AÑO	- 1 de mayo de 1998.
Movimiento artístico	- Estilo Contemporáneo.
Representación de tendencia del momento	- Cultura fitness y énfasis en la salud y la belleza de los años 90.
Tipo de imagen.	- Fotografía a color.
Autoría	- No se especifica.
Identidad de la marca editorial	- Vogue establece las tendencias y define los estándares de belleza y estilo.
Características del cuerpo femenino.	- La imagen presenta a una mujer con una figura esbelta y tonificada. No se aprecia la largura capilar pero la mujer presenta su cabello suelto y ligeramente despeinado, aportando un toque natural a la imagen. Sus

	proporciones son armoniosas y bien definidas al igual que sus caderas y su pecho, representando así el estándar de la época que era favorecedor de una figura delgada pero con ligeras curvas.
Imagen postural.	- Aparece en una postura relajada y confiada, sonriendo con una mano sobre la cabeza y transmitiendo comodidad y seguridad en sí misma.
Partes del cuerpo representado.	- Cuerpo entero, para destacar su figura y su rostro.
Tipo de ropa.	- Traje de baño dos piezas de los 90. Se trata de un bikini rojo con detalles blancos. El estilo es clásico.
Presencia de complementos.	- No hay presencia de joyas visibles para mantener así un enfoque en la naturalidad.
Maquillaje.	- Maquillaje muy natural para resaltar la belleza propia de la modelo. Se enfatizan los ojos y los labios de manera sutil.
Estilo de fotografías.	- Fotografía colorida con colores vibrantes en donde se resalta la piel bronceada de la modelo y su traje de baño.
Representación masculina en la imagen.	- No hay representación masculina en la portada.
Estilo de prendas.	- Prendas de baño accesibles. Se hace referencia al verano y a la moda de playa.
Protagonista de portada.	- Elizabeth Hurley, modelo y actriz.

Figura individual o colectiva.	- Figura individual.
Estereotipos de la mujer en el mensaje:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mujer seductora y sexualmente disponible. Su postura relajada junto con el título “<i>Best Bathing Suits for Every Body</i>” sugiere una accesibilidad sexual implícita. Además que su figura sea tonificada y bronceada es una característica que se asocia a la atracción física.</li> <li>- Juventud y belleza. La modelo fue muy conocida en los años 90 por ser un icono de belleza ideal. Además, mensajes como “<i>Summer shape-up</i>” y “<i>Brains, Beauty, and Hugh, too</i>”, enfatizan la importancia de mantener una apariencia juvenil y atractiva.</li> <li>- Fitness. La portada sugiere la importancia de prepararse físicamente para la temporada de verano. Durante esta época la cultura de la salud fue de gran importancia.</li> </ul>
Estereotipos de la mujer en el cuerpo: <ol style="list-style-type: none"> <li>5. Fragilidad corporal</li> <li>6. Cintura de avispa</li> <li>7. Piel de porcelana</li> <li>8. Piernas largas</li> <li>9. Juventud en la piel y cuerpo</li> <li>10. Pelo voluminoso</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Figura esbelta y tonificada. La delgadez extrema y la tonificación muscular eran características que se valoraban muy positivamente en la sociedad.</li> <li>- Piel Bronceada. El bronceado era un símbolo de belleza en los años 90.</li> <li>- Juventud en la piel y en el cuerpo. Se trata de un componente esencial de belleza y a través de su piel se ve</li> </ul>

	reflejado la vitalidad y juventud que presenta la modelo.
--	-----------------------------------------------------------



Portada de Vogue Febrero 2000. Fuente: Vogue Archive

CATEGORÍAS ANALÍTICAS	
<b>FECHA: DÍA/MES/AÑO</b>	- Febrero de 2000.
Movimiento artístico	- Estilo Contemporáneo. Emplean elementos del modernismo en la moda y la fotografía de alta calidad y la representación lujosa.
Representación de tendencia del momento	- Uso de llamativos accesorios combinados con un look sofisticado. Se menciona la cirugía estética, reflejando la creciente popularidad de los procedimientos estéticos.
Tipo de imagen.	- Fotografía a color.

Autoría	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Se desconoce, aunque Vogue suele trabajar con fotógrafos reconocidos como Mario Testino. Steven Meisel y Annie Leibovitz.</li> </ul>
Identidad de la marca editorial	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Su papel fundamental en la sociedad es establecer las tendencias y definir los estándares de belleza ya mencionados anteriormente.</li> </ul>
Características del cuerpo femenino.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La modelo, Penélope Cruz, presenta una figura delgada y proporcionada. Su cabello se encuentra recogido de manera elegante y parcialmente cubierto por un sombrero.</li> </ul>
Imagen postural.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Postura frontal, con expresión serena y confiada, transmitiendo seguridad y elegancia.</li> </ul>
Partes del cuerpo representado.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aparece visible la cara y la parte superior del torso, en donde destaca la pedrería, el sombrero y su maquillaje.</li> </ul>
Tipo de ropa.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Las prendas son tendencia desde principios de los 2000. Una blusa transparente en tonos neutros y suaves repleta de pedrería que refleja sofisticación. Un look que refleja una imagen de alta clase.</li> </ul>
Presencia de complementos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Un collar de perlas y una pamelita son los complementos principales de la mujer en su portada. El collar de perlas añade un toque más clásico en contraste con las transparencias de la blusa. Por otro lado, el sombrero refuerza la elegancia de la portada.</li> </ul>

Maquillaje.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El maquillaje es bastante natural. Se potencian los labios y el rubor en las mejillas para reforzar la imagen de elegancia.</li> </ul>
Estilo de fotografías.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fotografía colorida en un fondo azul claro que contrasta con los colores neutros de la piel de la actriz y modelo.</li> </ul>
Representación masculina en la imagen.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- No hay figuras masculinas representadas en esta portada.</li> </ul>
Estilo de prendas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Combinación de múltiples prendas exclusivas y sofisticadas de la alta costura.</li> </ul>
Protagonista de portada.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Penélope Cruz, una reconocida actriz española.</li> </ul>
Figura individual o colectiva.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Figura individual.</li> </ul>
Estereotipos de la mujer en el mensaje:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Elegancia y sofisticación. Un estereotipo que nos hace referencia a que se trata de una mujer guapa.</li> <li>- Belleza clásica. Para promover la idea de una belleza atemporal, la cual es la más deseable hacia los hombres.</li> <li>- Juventud y vitalidad. Existe una búsqueda constante por mantener una apariencia juvenil, a menudo mediante el uso de productos y procedimientos estéticos.</li> <li>- Exclusividad y lujo. Se promueve un consumo aspiracional que no es accesible a todos los usuarios.</li> </ul>



<p>Estereotipos de la mujer en el cuerpo:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>5. Fragilidad corporal</li> <li>6. Cintura de avispa</li> <li>7. Piel de porcelana</li> <li>8. Piernas largas</li> <li>9. Juventud en la piel y cuerpo</li> <li>10. Pelo voluminoso</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Figura Esbelta y Proporcional. Un estándar de belleza convencional.</li> <li>- Piel perfecta.</li> <li>- Cabello Voluminoso y bien cuidado.</li> </ul>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



Portada de Vogue mayo de 2009. Fuente: Vogue Archive

CATEGORÍAS ANALÍTICAS	
<b>FECHA: DÍA/MES/AÑO</b>	- 26 de Mayo del 2000.
Movimiento artístico	- Estilo contemporáneo.
Representación de tendencia del momento	- Representación de un enfoque en el look más natural y saludable.
Tipo de imagen.	- Fotografía a color.

Autoría	- No se especifica.
Identidad de la marca editorial	- Sinónimo de elegancia, lujo y tendencia.
Características del cuerpo femenino.	- Figura femenina esbelta y tonificada. Cabello largo, lacio y natural. Proporciones armoniosas que reflejan los ideales de belleza de la época.
Imagen postural.	- La modelo aparece representada en una postura frontal, con una mirada intensa y confiada, lo que transmite seguridad y determinación.
Partes del cuerpo representado.	- Cara y parte superior del torso.
Tipo de ropa.	- Camiseta blanca sin mangas muy típica de la tendencia de principios de los 2000, enfatizando un look natural.
Presencia de complementos.	- No hay presencia de complementos. Se busca enfatizar la belleza natural.
Maquillaje.	- Maquillaje neutral que resalta los ojos y los labios de manera sutil.
Estilo de fotografías.	- Fotografía colorida.
Representación masculina en la imagen.	- No
Estilo de prendas.	- Una prenda muy sencilla pero elegante para dar visibilidad a los looks naturales pero desenfadados.
Protagonista de portada.	- Gisele Bundchen. Gozaba de un gran estatus en la época de los 2000.
Figura individual o colectiva.	- Figura individual.

<p>Estereotipos de la mujer en el mensaje:</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Belleza natural y saludable. El objetivo es fomentar la idea de belleza sin esfuerzo, para generar una apariencia natural e impecable.</li> <li>- Confianza y seguridad.</li> <li>- Elegancia sencilla.</li> </ul>
<p>Estereotipos de la mujer en el cuerpo:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>5. Fragilidad corporal</li> <li>6. Cintura de avispa</li> <li>7. Piel de porcelana</li> <li>8. Piernas largas</li> <li>9. Juventud en la piel y cuerpo</li> <li>10. Pelo voluminoso</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Figura esbelta y tonificada.</li> <li>- Piel bronceada y suave.</li> <li>- Cabello largo y lacio.</li> <li>- Juventud en la piel y en el cuerpo.</li> </ul>



Portada de Vogue Marzo de 2015. Fuente: Vogue Archive.

<b>CATEGORÍAS ANALÍTICAS</b>	
<b>FECHA: DÍA/MES/AÑO</b>	- Marzo de 2015.
Movimiento artístico	- Estilo moderno con inspiración de la moda retro de los años 70. Combinación de estilos vintage y actuales.
Representación de tendencia del momento	- Se refleja la tendencia de revivir modas pasadas. En este caso, en el año 2015, los elementos setenteros como los abrigos de piel sintética, los estampados psicodélicos y las prendas boho-chic estaban en tendencia.
Tipo de imagen.	- Fotografía a color.
Autoría	- Benny Horne
Identidad de la marca editorial	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Vogue es una de las revistas de moda más influyentes. La tipografía empleada juega el papel más importante dentro de la identidad visual de la revista, siendo la tipografía “Didot” en color naranja. Esta fuente es empleada por su elegancia y sofisticación y es la representación más absoluta de la marca. También se emplea la tipografía Bodoni que ayuda a transmitir lujo y exclusividad. La tipografía junto con la imagen crea la coherencia visual mundialmente reconocida.</li> <li>- La combinación de fuentes clásicas con fuentes más modernas permite que la marca se mantenga en tendencia con el paso de las décadas.</li> </ul>

Características del cuerpo femenino.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La modelo presenta una figura esbelta y tonificada.</li> <li>- Su cabello es largo y se presenta suelto, con un aspecto ligeramente despeinado y voluminoso, evocando un look natural y glamuroso.</li> <li>- Su cuerpo es proporcional y acorde a los estándares contemporáneos, favoreciendo la silueta delgada pero de curvas sutiles.</li> </ul>
Imagen postural.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La modelo aparece en una postura relajada tumbada en lo que parece ser el suelo. Se encuentra confiada y con una mirada directa a la cámara, lo que transmite seguridad.</li> </ul>
Partes del cuerpo representado.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aparece representada la parte superior de su cuerpo.</li> </ul>
Tipo de ropa.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Estilo de prendas inspirado en los años 70.</li> <li>- Prendas con detalles de piel sintética, estampados geométricos y colores tierra como el marrón, naranja y el beige.</li> </ul>
Presencia de complementos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pulseras y pendientes dorados complementan el look.</li> </ul>
Maquillaje.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Maquillaje neutro en donde se destacan los ojos y las mejillas.</li> </ul>
Estilo de fotografías.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fotografía colorida con colores cálidos y terrosos que enfatizan el estilo retro y la moda de los años 70.</li> </ul>

Representación masculina en la imagen.	- No hay figuras masculinas.
Estilo de prendas.	- Prendas combinadas con elementos vintage y modernos. Se destaca el uso de tejidos naturales y un estilo boho-chic.
Protagonista de portada.	- Gigi Hadid. Una conocidísima supermodelo internacional prominente de la moda contemporánea.
Figura individual o colectiva.	- Figura individual.
Estereotipos de la mujer en el mensaje:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Seductora y sexualmente disponible. Gigi se encuentra en una postura sugerente, con una mirada muy directa y confiada lo que puede interpretarse como un mensaje de seducción.</li> <li>- Juventud y Belleza. Esta modelo es conocida por su juventud y belleza y se presenta como un icono de belleza ideal.</li> <li>- Sofisticación. La moda retro y su pose elegante transmiten una imagen de glamour y elegancia.</li> </ul>
<p>Estereotipos de la mujer en el cuerpo:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>5. Fragilidad corporal</li> <li>6. Cintura de avispa</li> <li>7. Piel de porcelana</li> <li>8. Piernas largas</li> <li>9. Juventud en la piel y cuerpo</li> <li>10. Pelo voluminoso</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Figura esbelta y tonificada.</li> <li>- Piel impecable. Su piel se muestra suave y sin imperfecciones.</li> <li>- Cabello largo y voluminoso. Se ve su cabello largo y ligeramente despeinado lo que refleja otro símbolo de ideal de belleza femenino.</li> <li>- Juventud en la piel y en el cuerpo. Se enfatiza la creencia de que la juventud es un componente esencial de la belleza.</li> </ul>



Portada de Vogue Septiembre de 2015. Fuente: Vogue Archive.

CATEGORÍAS ANALÍTICAS	
FECHA: DÍA/MES/AÑO	- Septiembre de 2015
Movimiento artístico	- Movimiento contemporáneo enfocado en la diversidad, la inclusión y la colaboración creativa.
Representación de tendencia del momento	- La moda y la cultura estaban muy influenciadas por el empoderamiento femenino. La presencia de Beyoncé simboliza el poder y la influencia y además se refleja la diversidad y la fuerza femenina.
Tipo de imagen.	- Fotografía a color
Autoría	- Fotografía realizada por Tyler Mitchell. Fue el primer fotógrafo

	afroamericano en fotografiar una portada de Vogue.
Identidad de la marca editorial	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Vogue emplea principalmente la fuente Didot, con esto se refleja su elegancia y el pilar tan fundamental en identidad visual que ha sido para la marca.</li> </ul>
Características del cuerpo femenino.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La imagen presenta a Beyoncé con su figura curvilínea, enfatizando su figura.</li> <li>- Su cabello es corto y se presenta mojado y suelto para representar un poco más de naturalidad y frescura a la imagen.</li> <li>- El tamaño de su pecho y sus caderas es más acentuado destacando los nuevos estándares de belleza que favorecen las curvas naturales de los cuerpos femeninos.</li> <li>- Sus proporciones son armoniosas y están bien definidas.</li> </ul>
Imagen postural.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Su postura es seria y segura, transmitiendo seguridad y poder. Su mano en la cadera y su mirada directa refuerzan la imagen de empoderamiento.</li> </ul>
Partes del cuerpo representado.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aparece representada prácticamente de cuerpo entero. Principal atención en la parte superior del cuerpo.</li> <li>- Se pretende dar una mayor atención a su atuendo.</li> </ul>
Tipo de ropa.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Vestido ajustado con detalles decorativos de encaje y relieves que</li> </ul>



	<p>acentúan las curvas naturales de la mujer.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Predominan los tonos neutros y dorados para resaltar la elegancia de la imagen.</li> </ul>
Presencia de complementos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La imagen emplea joyas sutiles en el vestido que complementan el look. Además se aprecia una chaqueta maxi en lentejuelas rojas.</li> <li>- No hay presencia de joyas, sombrero ni bolso en esta fotografía.</li> </ul>
Maquillaje.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El maquillaje es natural para resaltar así la belleza de Beyoncé.</li> </ul>
Estilo de fotografías.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fotografía colorida de colores neutros y elegantes.</li> </ul>
Representación masculina en la imagen.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- No existe representación masculina en la imagen.</li> </ul>
Estilo de prendas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Prendas con una combinación de elementos modernos y elegantes con una gran afluencia de detalles decorativos que aportan mayor sensación de elegancia a la imagen.</li> </ul>
Protagonista de portada.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Beyoncé, una artista musical y gran figura pública reconocida mundialmente.</li> </ul>
Figura individual o colectiva.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Figura individual.</li> </ul>

<p>Estereotipos de la mujer en el mensaje:</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Seductora y sexualmente disponible. La pose y la expresión de la cantante junto con el vestido ajustado y los detalles de encaje se interpretan como símbolos seductores. Sin embargo, la imagen también nos transmite empoderamiento, poder y confianza, equilibrando así la sexualidad reflejada.</li> <li>- Juventud y Belleza. La cantante se presenta como un icono de belleza ideal.</li> <li>- Empoderamiento y fuerza. La postura con la que posa transmite el mensaje de empoderamiento.</li> </ul>
<p>Estereotipos de la mujer en el cuerpo:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>5. Fragilidad corporal</li> <li>6. Cintura de avispa</li> <li>7. Piel de porcelana</li> <li>8. Piernas largas</li> <li>9. Juventud en la piel y cuerpo</li> <li>10. Pelo voluminoso</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Figura curvilínea y Tonificada.</li> <li>- Piel impecable. Su piel aparece suave y sin imperfecciones.</li> <li>- Cabello sano y voluminoso.</li> <li>- Cintura de avispa.</li> </ul>



Portada de Vogue Marzo de 2017. Fuente: Vogue Archive

<b>CATEGORÍAS ANALÍTICAS</b>	
<b>FECHA: DÍA/MES/AÑO</b>	- Abril de 2017.
Movimiento artístico	- Estilo contemporáneo y minimalista que enfatiza la diversidad y solidaridad femenina.
Representación de tendencia del momento	- La moda y la cultura del año 2017 estaba muy influenciada por el empoderamiento femenino y la visibilidad de la diversidad. En esta portada se hace un reconocimiento a una nueva generación de modelos que elevan sus voces a un nuevo nivel.
Tipo de imagen.	- Fotografía a color.
Autoría	- Daniel Jackson fue el encargado de capturar la esencia y la autenticidad de las modelos a través de un estilo limpio.

Identidad de la marca editorial	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Vogue utiliza principalmente la fuente Didot para su logotipo, una tipografía serif que se caracteriza por su elegancia y alta legibilidad.</li> </ul>
Características del cuerpo femenino.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La imagen presenta dos modelos con una figura esbelta y delgada. Se resalta la elegancia en sus cuerpos.</li> <li>- En cuanto al cabello, una de ellas presenta su característica más destacada que es su cabello rapado, mientras que la otra mujer presenta un peinado hacia atrás. Ambos estilos reflejan la belleza natural y auténtica.</li> <li>- Las proporciones de ambas modelos son bien definidas lo que enfatiza un rasgo muy sexualizado.</li> </ul>
Imagen postural.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ambas se presentan en una postura segura y empoderada. Una mira directamente a la cámara mientras que la otra mujer le sostiene el brazo en un gesto de solidaridad.</li> </ul>
Partes del cuerpo representado.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Parte superior del cuerpo, destacando el rostro, el peinado y el atuendo de ambas modelos.</li> </ul>
Tipo de ropa.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Adwoa Aboah presenta un vestido plisado en tonos pastel, mientras que Cameron Russel lleva un vestido de mangas largas y abullonadas. Predominan los colores suaves y neutros como el rosa palo y el blanco.</li> <li>- Las prendas tienen cierto toque minimalista.</li> </ul>

Presencia de complementos.	- No hay presencia de complementos visibles.
Maquillaje.	- Maquillaje muy natural que resalta la belleza de ambas modelos.
Estilo de fotografías.	- Fotografía con una paleta de colores neutros y suaves que reflejan el concepto de elegancia y solidaridad que se intenta transmitir.
Representación masculina en la imagen.	- No hay representación masculina en la imagen.
Estilo de prendas.	- Prendas de estilo minimalista y elegante, empleando tejidos naturales y colores suaves para destacar la belleza y autenticidad de ambas modelos.
Protagonista de portada.	- Adwoa Aboah y Cameron Russel, dos modelos reconocidas y con presencia en el activismo.
Figura individual o colectiva.	- Figura colectiva. Se resalta la solidaridad y la colaboración entre mujeres.
Estereotipos de la mujer en el mensaje:	- Solidaridad femenina. El título “Juntas hacemos historia” y la postura de las modelos sugieren un mensaje de solidaridad y empoderamiento femenino. Se busca destacar el apoyo mutuo entre mujeres para desafiar así los estereotipos tradicionales que promovían la competencia y la rivalidad. - Diversidad e inclusión. Modelos de diferentes orígenes étnicos y estilos

	personales reflejan el compromiso con la diversidad.
<p>Estereotipos de la mujer en el cuerpo:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>5. Fragilidad corporal</li> <li>6. Cintura de avispa</li> <li>7. Piel de porcelana</li> <li>8. Piernas largas</li> <li>9. Juventud en la piel y cuerpo</li> <li>10. Pelo voluminoso</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fragilidad corporal. Las figuras tan esbeltas de las modelos podrían realzar el estereotipo de fragilidad corporal, a pesar de que sus posturas y expresiones transmiten fuerza y seguridad.</li> <li>- Piel de porcelana. Ambas modelos tienen pieles impecables.</li> <li>- Juventud en la piel y en el cuerpo.</li> </ul>



Portada de Vogue mayo de 2021. Fuente: Vogue Archive.

<b>CATEGORÍAS ANALÍTICAS</b>	
<b>FECHA: DÍA/MES/AÑO</b>	- Mayo de 2021.
Movimiento artístico	- Movimiento artístico contemporáneo centrado en la inclusión, la diversidad y la representación auténtica de la belleza.
Representación de tendencia del momento	- En el 2021, la moda hacia un especial énfasis en la autoaceptación, la sostenibilidad y la inclusividad. La elección de Paloma Elsesser, una modelo de talla grande subraya tal tendencia.
Tipo de imagen.	- Fotografía a color.
Autoría	- Fotógrafo: Daniel Jackson.
Identidad de la marca editorial	- Vogue utiliza principalmente la fuente Didot para su logotipo, una tipografía serif que se caracteriza por su elegancia y alta legibilidad.
Características del cuerpo femenino.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La imagen presenta a Paloma Elsesser con una figura curvilínea y saludable, representando así el valor de los volúmenes corporales naturales.</li> <li>- Su cabello se presenta recogido pero se aprecia la largura del mismo. Este está ondulado lo que añade un toque de elegancia, frescura y naturalidad.</li> <li>- Sus caderas son acentuadas y proporcionales a su línea corporal.</li> </ul>

Imagen postural.	- Aparece en una postura segura y empoderada, con una expresión seria que transmite confianza y poder.
Partes del cuerpo representado.	- Visible corporalmente entera.
Tipo de ropa.	- Conjunto de falda larga con abertura y crop top de camisa. Ambos resaltan la figura de la modelo. - Tonalidades blancas para resaltar la elegancia. - Sandalias de tacón que complementan el conjunto.
Presencia de complementos.	- No hay joyas visibles.
Maquillaje.	- Maquillaje natural que resalta la belleza propia de la modelo.
Estilo de fotografías.	- Fotografía con una paleta predominante de colores neutros y suaves que refuerzan la elegancia y el mensaje de belleza individual.
Representación masculina en la imagen.	- No hay presencia masculina en la imagen.
Estilo de prendas.	- Prendas minimalistas y elegantes con empleo de tejidos naturales junto con colores neutros.
Protagonista de portada.	- Paloma Elsesser, una modelo reconocida y defensora de la moda.
Figura individual o colectiva.	- Figura individual.



<p>Estereotipos de la mujer en el mensaje:</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Celebración de la Individualidad. El título de “Femenino singular” y la postura de Paloma Elsesser ensalzan un mensaje de belleza individual.</li> <li>- Inclusividad y Diversidad. La elección de esta modelo de talla grande y de origen mixto resalta el compromiso con la diversidad y la inclusión.</li> </ul>
<p>Estereotipos de la mujer en el cuerpo:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>5. Fragilidad corporal</li> <li>6. Cintura de avispa</li> <li>7. Piel de porcelana</li> <li>8. Piernas largas</li> <li>9. Juventud en la piel y cuerpo</li> <li>10. Pelo voluminoso</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Figura Curvilínea y Tonicada.</li> <li>- Piel impecable.</li> <li>- Juventud en la Piel y en el Cuerpo.</li> </ul>



Portada de marzo de 2024. Fuente: Vogue Archive

CATEGORÍAS ANALÍTICAS	
FECHA: DÍA/MES/AÑO	- Marzo de 2024.
Movimiento artístico	- Movimiento artístico contemporáneo que combina elementos futuristas con fantasía.
Representación de tendencia del momento	- Exploración de temas de fantasía y la reinterpretación de tendencias pasadas con un enfoque futurista.
Tipo de imagen.	- Fotografía a color con diversos efectos de iluminación que crean una imagen impactante y moderna.
Autoría	- Elizaveta Porodina.
Identidad de la marca editorial	- Vogue emplea la fuente Didot para su logotipo, una tipografía que dota año tras año a la marca por su elegancia y alta legibilidad.

Características del cuerpo femenino.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Se presenta a Lila Moss con su figura alta, esbelta y estilizada.</li> <li>- Su cabello se encuentra recogido y está teñido de color verde.</li> <li>- No se ve definida su figura a través de la vestimenta.</li> </ul>
Imagen postural.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La mujer Lila Moss aparece representada en una postura elegante y seria. Su expresión facial transmite misterio.</li> </ul>
Partes del cuerpo representado.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Parte superior del cuerpo.</li> </ul>
Tipo de ropa.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Vestimenta futurista con elementos de fantasía. El vestido es ajustado y tiene detalles muy extravagantes que junto con los efectos de iluminación se crea una atmósfera onírica.</li> <li>- Los colores que predominan en la prenda son en tonalidades azules y metalizadas.</li> </ul>
Presencia de complementos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- No hay presencia de complementos en la vestimenta.</li> </ul>
Maquillaje.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Maquillaje dramático y futurista para enfatizar la imagen. El maquillaje está aplicado en tonalidades azules, rosas y verdes que dan sensación de fantasía.</li> </ul>
Estilo de fotografías.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fotografía colorida con efectos de iluminación futurista.</li> </ul>
Representación masculina en la imagen.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- No hay representación masculina en la imagen.</li> </ul>

<p>Estilo de prendas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Prendas (body y medias) con un estilo futurista que refleja la alta costura. Se emplean materiales innovadores para generar una portada impactante.</li> </ul>
<p>Protagonista de portada.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lila Moss, una modelo emergente reconocida en el mundo de la moda.</li> </ul>
<p>Figura individual o colectiva.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Figura individual.</li> </ul>
<p>Estereotipos de la mujer en el mensaje:</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Innovación y Creatividad. Se sugiere un mensaje de creatividad y exploración de la moda. El título “La moda es un juego” enfatiza el mensaje.</li> <li>- Belleza Futurista y Sofisticada. Se refleja una visión futurista de la nueva belleza.</li> </ul>
<p>Estereotipos de la mujer en el cuerpo:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>5. Fragilidad corporal</li> <li>6. Cintura de avispa</li> <li>7. Piel de porcelana</li> <li>8. Piernas largas</li> <li>9. Juventud en la piel y cuerpo</li> <li>10. Pelo voluminoso</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Figura esbelta y estilizada. La portada muestra una figura esbelta y estilizada. Un estereotipo muy común en la moda de la alta costura.</li> <li>- Juventud en la piel y el cuerpo. Su apariencia juvenil refuerza este estereotipo en la belleza.</li> <li>- Piel impecable.</li> <li>- Piernas largas. Aunque sus piernas no se vean fotografiadas al completo se pueden intuir por el tipo de imagen que se nos presenta.</li> </ul>