



A MODA COMO UM ESPELHO DO CONTEXTO HISTÓRICO

DOI: 10.5281/zenodo.17966772

Nathália Paiva Palhares ¹
Ma. Dyullia Moreira de Sousa ²

RESUMO

O presente estudo objetiva a compreensão sobre como a moda reflete o contexto histórico, evidenciando transformações culturais, sociais e diferenças de classes ao longo do tempo. A apuração foi realizada por meio de revisão bibliográfica, baseada em textos teóricos que abordam a história da moda e seu papel como fenômeno social e comunicativo. A análise explorou como o vestuário está relacionado às mudanças históricas, considerou ainda a influência das mídias e as diferenças de classe sociais que podem ser percebidas nas formas de se vestir. Os resultados indicam que em diferentes períodos, a forma de se vestir esteve ligada diretamente às condições culturais e políticas de cada sociedade, sendo tanto um símbolo de condição quanto uma forma de expressão social e individual. Constata-se então que a moda é um instrumento importante de leitura do contexto histórico, ao simbolizar as relações entre poder, gênero, consumo e identidade. Assim, entender a moda sob essa perspectiva colabora para expandir os estudos acerca da cultura midiática, consumo e sustentabilidade.

Palavras-chave: Contexto histórico, Moda, Mídias, Classes sociais.

¹ Graduanda do Curso de Bacharelado em Psicologia da Uniporá, nathaliapaivacontato@gmail.com ;

² Professora/orientadora do Curso de Bacharelado em Psicologia da Uniporá, dyullia.moreira@unipora.edu.br .



INTRODUÇÃO

A moda, frequentemente associada somente ao campo da estética ou até mesmo da futilidade é, na realidade, um fenômeno social, cultural e histórico que reflete transformações mais profundas da sociedade. Desde seu surgimento nas cortes europeias medievais, ela desempenha um papel central na construção de identidades, na diferenciação entre classes sociais e na expressão de valores simbólicos de cada época (WILSON, 1989). Ao mesmo tempo, em que traduz mudanças culturais, a moda também antecipa tendências e projeta novos comportamentos, funcionando como um espelho das dinâmicas sociais.

A pesquisa busca compreender de que maneira a moda pode ser entendida como uma expressão do contexto histórico, trazendo a evidência de conceitos, tendências midiáticas e as relações de classe. A questão central é investigar como a moda, além de ser uma manifestação estética, pode atuar como uma linguagem simbólica capaz de revelar valores e divisões sociais, ao mesmo tempo que se adapta às transformações culturais, sociais e econômicas ao longo do tempo. Assim, o estudo analisa como esses fatores estão entrelaçados na formação de identidades sociais e culturais.

A moda, além de acompanhar as transformações sociais, culturais e econômicas, trabalha como uma linguagem simbólica que revela diferenças e divisões de classe. Assim, ela não se limita a ser um reflexo das transformações sociais, mas também desempenha um papel ativo na construção e reforço de certos valores e normas em um cenário histórico específico. A moda, contudo, pode ser vista como um

mecanismo de comunicação que contribui para a formação de significados e identidades em diferentes períodos históricos.

A escolha deste tema justifica-se pela necessidade de compreender a moda para além da aparência, investigando-a como fenômeno cultural e histórico que desempenha papel central na construção de identidades coletivas. Estudar a moda como espelho do contexto histórico possibilita não somente resgatar memórias sociais, mas analisar também como processos de consumo, mídia e desigualdade se materializam no vestuário.

Do ponto de vista acadêmico, a pesquisa contribui para ampliar o debate sobre moda em sua dimensão interdisciplinar, dialogando com a sociologia, a história e os estudos culturais. Do ponto de vista social, possibilita uma reflexão crítica sobre os impactos da indústria da moda, sua função como mediadora de valores culturais e sua capacidade de reforçar ou questionar estruturas de poder e desigualdade.

METODOLOGIA

A presente pesquisa é de natureza bibliográfica e qualitativa, uma vez que se baseia em obras de referência para compreender a moda como fenômeno social e cultural refletido no contexto histórico. De acordo com Gil (2019), a pesquisa bibliográfica utiliza materiais já elaborados, sobretudo livros e artigos, permitindo ao pesquisador analisar diferentes perspectivas e fundamentar sua investigação de forma crítica.

A pesquisa foi guiada de forma exploratória, que pretende, trazer maior



familiaridade com o problema, fazendo com que seja mais acessível à formulação de hipóteses e o aprimoramento de ideias. Geralmente esse tipo de pesquisa envolve o levantamento bibliográfico, se tornando um método inicial para estudos mais aprimorados, como é o caso da pesquisa em questão (GIL, 2019).

A análise será guiada qualitativamente, por meio de leitura crítica, fichamento e comparação entre os autores selecionados, buscando identificar convergências e divergências nas interpretações sobre a moda e seu papel social. Para o delineamento da pesquisa, foram analisados artigos científicos, livros, monografias e dissertações que abordassem a junção entre os temas apresentados.

As buscas foram realizadas nas bases de dados Google Acadêmico e SciELO, utilizando os descritores: “Psicologia”, “Moda” e “Contexto histórico”, combinados por meio dos operadores and e or, a fim de refinar os resultados e expandir o alcance das fontes encontradas. O recorte temporal estabelecido abrangeu publicações entre os anos de 2015 e 2025, garantindo a atualidade das discussões teóricas e possibilitando observar as mudanças recentes nos conteúdos sobre tal tema.

REFERENCIAL TEÓRICO

O nascimento da moda está particularmente associado à necessidade humana de cobrir o corpo, seja por questões de proteção, adorno ou até mesmo por motivos espirituais e mágicos. Desde a pré-história, a criação de tecidos, ainda de forma primitiva e artesanal, representou um notável avanço, permitindo não somente a

proteção, mas também a ornamentação com materiais como conchas, sementes e pedras coloridas. Na Mesopotâmia, as primeiras manifestações de moda eram claramente visíveis, como no uso de saia e peças adornadas com elementos naturais e simbólicos. No Antigo Egito, o exibicionismo já estava também presente no vestuário e acessórios das pessoas mais nobres, nos peitorais de pedras preciosas e as joias refinadas que eram usadas. Dessa forma, a moda emergiu não somente como uma necessidade funcional, mas também como um reflexo de posição social e crenças culturais, trazendo também uma ligação entre o vestuário e as necessidades que ele atende (BRAGA, 2022).

A reflexão sobre a moda como fenômeno social está presente nos escritos de Georg Simmel (2008), que a definiu como um movimento ambíguo entre imitação e diferenciação. Para o autor, a moda surge como forma de inserção do indivíduo em um grupo, uma vez que possibilita segurança psicológica ao compartilhar práticas e estilos comuns, mas, ao mesmo tempo, funciona como meio de distinção, permitindo que cada sujeito se diferencie dos demais à sua volta. Assim, a moda revela sua natureza paradoxal: promove a conformidade social e, simultaneamente, a individualidade.

A moda, ao longo do século XX, tornou-se cada vez mais interligada à cultura popular e aos meios de comunicação de massa. A historiadora da cultura Elizabeth Wilson (1989), destaca que práticas culturais como esportes, cinema, música e dança não somente influenciam o vestuário cotidiano, mas também foram transformadas por meio dele, em um processo de troca constante entre a moda e



sociedade. Nesse cenário, a juventude e a mídia desempenharam um papel fundamental, convertendo a moda em atividade de lazer e em espaço de inovação simbólica, ao mesmo tempo, em que refletiam o avanço do consumismo nas sociedades modernas.

Essa lógica de consumo é aprofundada por Gilles Lipovetsky (2007), ao analisar a evolução da publicidade e sua influência na cultura de hiper consumo. Para o autor, a propaganda deixou de enfatizar unicamente as qualidades funcionais de um produto para valorizar aspectos emocionais, simbólicos e até espetaculares, que ultrapassam a materialidade do objeto. Nesse sentido, a publicidade moderna não vende somente roupas ou acessórios, mas sim experiências, visões de mundo e estilos de vida associados às marcas. Assim, no contexto da sociedade de consumo, a moda passa a ser marcada pelo “parecer”, pela imagem criativa e pelo apelo simbólico, que seduzem e definem a identidade das mercadorias.

Alves (2022) traz que a comunicação ressalta a compreensão da moda como um transmissor de comunicação, possibilita aos indivíduos transmitirem ao mundo características de sua identidade, personalidade e do que desejam expressar socialmente. Isso principalmente em um contexto definido pela influência das mídias e pelo enaltecimento da visibilidade. Portanto, a articulação entre mídia, publicidade e cultura popular demonstra como a moda deixou de ser unicamente um reflexo estético para se tornar um campo de construção de significados sociais e culturais, sustentado pela lógica do

consumo e pela busca incessante por novidades.

Desde seu surgimento, a moda esteve profundamente vinculada às divisões de classe, funcionando como um dos principais instrumentos de diferenciação social. Elizabeth Wilson (1989) observa que, historicamente, as elites utilizaram o vestuário como símbolo de poder e condição, enquanto as classes populares buscavam imitar elementos característicos das camadas mais ricas, numa dinâmica que reforçava hierarquias sociais. Nesse sentido, a moda nunca se limitou ao campo estético, mas sempre se configurou como expressão cultural e histórica, revelando desigualdades e mecanismos de distinção.

A moda surge nas classes consideradas superiores sendo difundida pela imitação, com isso, assim que as classes mais inferiores se apropriam dela incorporando à sua realidade, as classes superiores abandonam o que era tendência entre eles. Esse movimento vem de séculos e é uma forma dos mais abastados financeiramente se diferenciar e distanciar dos mais desprovidos financeiramente. É um movimento voluntário e já está tão enraizado na realidade de vida nesses grupos que muitas vezes acontece de forma até mesmo inconsciente (SIMMEL, 2008).

Paim, Rosa e Barth (2024) irão falar ainda sobre como a mídia, por sua vez, desempenha um papel primordial nesse processo de diferenciação de grupos de pessoas, pois transforma produtos em símbolos de poder e desejo, moldando padrões e influenciando comportamentos. Assim, o consumo de moda surge como uma prática até mesmo lúdica, subjetiva e estratégica, que é marcada por motivações que envolvem não apenas o que é funcional,



mas também pela emoção, identificação e distinção.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Segundo Svendsen (2010), a moda não é um fenômeno que transcende culturas ou que permanece imutável ao longo do tempo; trata-se de uma construção histórica que emergiu na Europa no final da Idade Média, ligada ao desenvolvimento do capitalismo comercial e à ascensão da classe burguesa. Desde então, as roupas passaram a sofrer alterações frequentes, convertendo-se em um veículo para diferenciação social e expressão pessoal. A tabela 1 ilustra essa evolução, destacando o contexto histórico, o ambiente sociocultural e as principais características das vestimentas, cujas informações foram obtidas da obra do autor, intitulada “Moda: uma filosofia”:

Tabela 1 – Evolução histórica da moda segundo Lars Svendsen (2010)

Período Histórico	Lugar / Contexto	Características das Vestimentas
Antiguidade (até séc. V d.C.)	Grécia e Roma	Túnicas, mantos e togas drapeadas.
		Maquiagem e perfumes usados por ambos os sexos.
		Penteados e perucas
Idade Média (séc. VI – XIV)	Europa Feudal	Vestes longas e semelhantes entre classes.
		Diferença apenas nos tecidos (sedas, linho, lã).
		Pouca variação nas formas
Fim da Idade Média / Início do Renascimento (c. 1350–1500)	Europa Ocidental	Roupas ajustadas ao corpo.
		Novas cores, cortes e tecidos.
		A individualidade começa a ser valorizada
Século XVI	Cortes europeias (França, Inglaterra, Espanha)	Roupas estruturadas e exuberantes.
		Espartilhos, golas altas, mangas largas.
		Luxo e teatralidade

Fonte: Elaboração própria, com base em Svendsen (2010).



Conclui-se, assim, que a moda começa a ser entendida como um fenômeno independente e em constante evolução a partir do século XIV, momento em que a alteração estética é valorizada por si só, espelhando o caráter contemporâneo de mudança e individualidade (SVENDSEN, 2010). A seguir, a Tabela 2 fornece uma comparação resumida das características fundamentais das roupas ao longo dos diversos períodos históricos, elaborada com base em Braga (2022).

Tabela 2 – Linha do tempo da moda segundo João Braga (2022)

Período Histórico	Local / Contexto	Principais Características das Vestimentas
Idade Média (séc. VI–XIV)	Europa Feudal: forte influência da Igreja e do teocentrismo	Vestes longas e amplas; uso de véus femininos; pouca distinção entre gêneros; tecidos como lã e linho; silhueta verticalizada e discreta.
Renascimento (séc. XV–XVI)	Florença e demais cortes europeias: valorização do humanismo e da individualidade	Gibões e calções bufantes para os homens; vertugado e rufo para ambos os sexos; tecidos nobres (veludo, cetim, seda); cores vibrantes e adornos.
Barroco e Rococó (séc. XVII–XVIII)	Cortes da França, Inglaterra e Espanha: ostentação e luxo da nobreza	Vestes volumosas, <i>paniers</i> , perucas, decotes elaborados; rendas e bordados; simbolismo de status e poder.
Império (início do séc. XIX)	França Napoleônica: influência greco-romana	Vestidos leves e retos, cintura alta logo abaixo do busto (estilo império); tecidos transparentes; penteados curtos “à ventania”.
Romantismo (1820–1840)	Europa: valorização das emoções e do ideal feminino	Cinturas finas marcadas por espartilhos; mangas bufantes; saias em camadas; idealização da delicadeza.
Era Vitoriana / Belle Époque (séc. XIX – início XX)	Inglaterra e França: industrialização e luxo das elites	Cintura marcada, saias amplas, golas altas, vestidos longos e estruturados; influência da alta-costura e início do <i>prêt-à-porter</i> .
Décadas de 1910–1940	Europa: Guerras Mundiais e emancipação feminina	Simplificação das formas; cores sóbrias; vestidos mais curtos; uso funcional das roupas; influência do cinema.
Décadas de 1950–1980	Europa e EUA: consumo em massa e cultura jovem	Cinturas marcadas, saias rodadas (anos 50); minissaia e estampas coloridas (anos 60); tecidos sintéticos e individualismo (anos 70–80).
Século XXI (Contemporâneo)	Globalização e era digital	Mistura de estilos (<i>vintage</i> , <i>streetwear</i> , <i>hi-lo</i>); valorização da sustentabilidade e tecnologia têxtil; customização e identidade pessoal.

Fonte: Elaboração própria, com base em Braga (2022).



Observa-se que, neste contexto histórico, a moda não se restringe mais a ser somente um meio de diferenciação social, mas começa a incorporar os valores culturais e estéticos de cada período, espelhando as mudanças políticas, econômicas e ideológicas.

Tanto Braga (2022) quanto Debom (2016) concordam que a moda reflete as estruturas sociais, mas têm abordagens distintas em relação às interações entre vestimenta, gênero e classe. Braga (2022) coloca ênfase na perspectiva histórica e estética das roupas, ilustrando como o vestuário representa os ideais de feminilidade, masculinidade e condição em diferentes épocas. Por outro lado, Debom (2016) examina a moda como um discurso social e simbólico, que revela os mecanismos de distinção e poder.

Para Braga, as variações entre os gêneros aparecem nas formas, materiais e adornos que estabelecem normas de comportamento e beleza, enquanto, na visão de Debom (2016), essas distinções são entendidas como manifestações de desigualdade e controle social. Além do mais, Braga (2022) relaciona a roupa à construção cultural da imagem e da elegância, enquanto Debom (2016) enfatiza seu papel na manutenção das hierarquias de classe, mostrando como o ato de se vestir pode tanto reforçar quanto desafiar posições sociais. Portanto, mesmo que ambos reconheçam a moda como um meio de comunicação, Braga se concentra na evolução estética, enquanto Debom (2016) se dedica a sua função crítica e social.

De acordo com Debom (2016), a moda sempre teve um papel essencial na definição dos papéis de gênero. Ao longo da história, as maneiras de se vestir de homens

e mulheres refletiram as expectativas sociais impostas a cada gênero. As roupas femininas eram caracterizadas por adornos e delicadeza, refletindo os ideais de beleza e comportamentos associados à feminilidade, enquanto a vestimenta masculina era marcada por sobriedade e praticidade, vinculadas à autoridade e racionalidade. Essa distinção reforçava a divisão simbólica entre os sexos, na qual o corpo feminino era destinado à exposição e o masculino à representação pública. Debom (2016) aponta que, ao longo do tempo, essas barreiras começaram a se modificar, criando um espaço onde a moda também pode questionar e reconstruir as identidades de gênero.

De modo geral, os achados teóricos permitem compreender que a moda é um reflexo direto do contexto histórico, cultural e psicológico. Reinke (2017) vem trazer que a moda atua como uma lente para analisar o comportamento humano, pois espelha elementos socioculturais e controla as relações sociais por meio de seu ciclo passageiro de transformações. Ao selecionar suas vestimentas, a pessoa cria uma conexão entre seu corpo e o contexto sociocultural em que vive, integrando as esferas do individual e do coletivo. Assim, a moda tem um aspecto social que organiza as relações humanas e favorece o reconhecimento e a sensação de pertencimento, possibilitando que o indivíduo expresse sua identidade e suas crenças dentro de seus grupos sociais. Desse modo, a moda se apresenta como um fenômeno sociológico e cultural que liga a singularidade do indivíduo ao grupo, mostrando como as escolhas estéticas espelham e fortalecem o ambiente no qual a pessoa está inserida.



CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esse trabalho pretendeu entender como a moda pode refletir o contexto histórico para compreender a moda para além da aparência, investigando-a como fenômeno cultural e histórico que desempenha papel central na construção de identidades coletivas, a partir de uma pesquisa é de natureza bibliográfica e qualitativa, que foi conduzida de forma exploratória. Para se atingir uma compreensão da moda como um espelho do contexto histórico, considerando sua função como fenômeno cultural, comunicacional e social.

A análise permitiu concluir que os meios de comunicação de massa exercem grande poder sobre a concepção sobre como os indivíduos se portam ante a moda, suas concepções de identidade, evidencia ainda mais as diferenças sociais e influenciam o aumento do consumismo. E ainda, trouxe a oportunidade de examinar como a moda evidencia e reforça a divisão de classes sociais. Mostrando que a moda sempre foi um forte indicador social e uma forma que classes mais abastadas usam para exibir seus poderes e se distanciarem ainda mais das classes menos favorecidas financeiramente, essas que por vezes, usam a vestimenta como um instrumento de se aproximar dessa realidade mais distante e tentar se fazer pertencer.

Com isso, a hipótese do trabalho de que a moda, além de acompanhar transformações sociais, culturais e econômicas, atua como linguagem simbólica capaz de revelar valores, contradições e divisões de classe em diferentes momentos da história, se

confirmou, diante de todos os dados analisados. Sendo assim, a moda pode ser vista, sim, como um reflexo do contexto histórico, pois espelha os valores, tradições e mudanças sociais de cada era.

A análise conjunta dos resultados sobre a perspectiva dos autores e das transformações históricas da moda evidencia que o vestuário é muito mais do que um elemento estético: trata-se de uma linguagem social e cultural que expressa valores, papéis de gênero e distinções de classe ao longo do tempo.

Contudo, reconhecer que grande parte desses estudos parte de uma perspectiva europeia e norte-americana reforça a necessidade de ampliar o olhar para contextos regionais, valorizando as especificidades culturais e identitárias de cada sociedade. Assim, compreender a moda em sua pluralidade permite enxergá-la como um fenômeno vivo, dinâmico e profundamente ligado à história e à diversidade humana.

Assim, cada estilo ou tendência reflete muito mais do que a aparência, pois revela as dinâmicas sociais, políticas e culturais de sua época. A análise evidenciou que a maior parte dos estudos sobre a história da moda e suas conexões com gênero e classe ainda se baseiam em uma perspectiva eurocêntrica e norte-americana, que privilegia os padrões estéticos e culturais do Ocidente. Para entender as particularidades locais, é preciso fazer estudos regionais que levem em consideração as expressões culturais, climáticas, religiosas e históricas que afetam o modo de vestir em diferentes contextos. Essa ampliação da perspectiva possibilita compreender a moda como um fenômeno diversificado e descentralizado,



em que diferentes regiões criam seus próprios significados, desafiam padrões globais e constroem identidades únicas. Esta pesquisa abre espaço para novos trabalhos sobre a importância de estudos

regionais na história e análise da moda, e as relações dela nas realidades nacionais. Explorando a percepção de sua diversidade e de suas dinâmicas socioculturais.

REFERÊNCIAS

ALVES, Marcela Morais Borges. *Moda e psicologia: o que mostram as pesquisas do estado do conhecimento*. Universidade de Uberaba, Uberaba, 2022. Disponível em: <https://repositorio.uniube.br/handle/123456789/2103>. Acesso em: 14 out. 2025.

BRAGA, João. *História da moda: uma narrativa*. 11. ed. São Paulo: D'Livros Editora, 2022.

DEBOM, Paulo. A moda como objeto do pensamento. *Veredas da História*, [online], v. 9, n. 1, p. 23-47, 2016. Disponível em: https://www.academia.edu/87511474/A_moda_como_objeto_do_pensamento. Acesso em: 01 nov. 2025.

GIL, Antonio Carlos. *Métodos e Técnicas de Pesquisa Social*. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2019.

LIPOVETSKY, Gilles. *A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo*. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

PAIM, Mariana Antunes; ROSA, Simone Carvalho da; BARTH, Mauricio. *Moda, identidade e comportamento: consumo de moda de mulheres das gerações X e Y*. *Revista Feminismos*, v. 12, n. 1, 2024.

REINKE, Carlos Augusto. *Quando as roupas falam: debate sobre a moda como uma forma de linguagem*. *Revista Práxis*, Novo Hamburgo, v. 1, p. 75-84, jan./jun. 2017. Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=525553742007>. Acesso em: 01 nov. 2025.

SIMMEL, Georg. *Filosofia da moda e outros escritos*. Lisboa: Edições Texto & Grafia, 2008.

SVENDSEN, Lars. *Moda: uma filosofia*. São Paulo: Editora Schwarcz - Companhia das Letras, 2010.

WILSON, Elizabeth. *Enfeitada de sonhos: moda e modernidade*. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.