



20^º COLÓQUIO
DE MODA

17ª EDIÇÃO INTERNACIONAL

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

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

ENTRE A PERFORMANCE E A PERFORMANCE: A EVOLUÇÃO DAS CAPAS DA *VOGUE*

Between Performance and Performance: The Evolution of Vogue Covers

Carvalho, Deborah; Universidade Federal de Juiz de Fora, deborahocarvalhodesign@gmail.com¹

Resumo: Este artigo analisa as capas da *Vogue* nos anos 1980, marcados pela cultura *fitness* e ética *yuppie* da era Reagan, e nas décadas de 2010/2020, atravessadas pelo feminismo *pop*, pelo bem-estar e pela autoexpressão digital. A partir da observação de doze capas, discutem-se discursos visuais e textuais sobre corpo, feminilidade e performance. Ao mesmo tempo, pondera-se a natureza da moda: enquanto fenômeno social que traduz o espírito do tempo, mas também como linguagem estética autônoma, artística e ficcional, residindo mais na criação de imaginários do que em obrigações morais.

Palavras chave: Revista de moda; corpo feminino; performance cultural.

Abstract: This article analyzes Vogue covers from the 1980s, marked by Reagan's fitness and yuppie culture, and from the 2010s/2020s, shaped by mainstream feminism, wellness, and digital self-expression. Based on the observation of twelve covers, it discusses visual and textual discourses on body, femininity, and performance. At the same time, it reflects on the nature of fashion: both as a social phenomenon that translates the zeitgeist and as an autonomous aesthetic language—artistic and fictional—rooted more in the creation of imaginaries than in moral obligations.

Keywords: Fashion magazine; female body; cultural performance.

¹ Graduada em Design de Moda pela Universidade Veiga de Almeida no Rio de Janeiro e pós-graduanda *lato sensu* em Moda, Arte e Cultura pela Universidade Federal de Juiz de Fora. Atualmente, redatora e coordenadora de conteúdo no Instituto Rio Moda/ABPModa com experiência nas áreas de *styling*, produção executiva, comunicação e pesquisa de tendências.



20^º COLÓQUIO
DE MODA

17ª EDIÇÃO INTERNACIONAL

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

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

Introdução

A revista *Vogue* consolidou-se como um dos mais importantes veículos da moda, exercendo papel central na construção de imaginários visuais e discursivos sobre corpo, feminilidade, sucesso e estilo de vida. Suas capas, em particular, constituem objetos privilegiados para compreender como a moda funciona simultaneamente como espelho do tempo e como linguagem autônoma, enquanto arte e ficção. Este trabalho propõe analisar comparativamente dois períodos distintos: os anos 1980, marcados pelo espírito neoliberal da era Reagan, pela ascensão da mulher executiva e pela cultura *fitness*/dieta, e as décadas de 2010/2020, caracterizadas pela centralidade das celebridades midiáticas, pelo feminismo *pop*, pela lógica do bem-estar e pela autoexpressão digital. O objeto de estudo consiste em doze capas da *Vogue*, selecionadas por representarem de maneira significativa tais contextos históricos e culturais. O objetivo da pesquisa é discutir de que modo esses materiais visuais traduzem construções simbólicas em torno do corpo e da feminilidade, e como constroem performances de poder e subjetividade. Busca-se ainda problematizar se a moda deve ser compreendida prioritariamente como fenômeno social — espelho de seu tempo — ou como criação estética autônoma, dotada de impacto artístico e ficcional. A metodologia adotada combina análise visual e discursiva das capas, considerando elementos de composição, figurino, maquiagem, direção de arte, poses, enquadramentos e enunciados textuais, articulada a uma abordagem interdisciplinar em moda, comunicação e crítica cultural. Os referenciais teóricos principais incluem Roland Barthes (2009), para quem a moda é uma linguagem cuja dimensão poética extrapola a função utilitária; David Le Breton (2013), que compreende o corpo como configuração social e lugar de signos culturais; Jia Tolentino (2020), que critica a lógica do feminismo neoliberal e da performance incessante de si na cultura digital; e Susan Sontag (2020), cuja reflexão aponta que a arte — e, por extensão, a moda — não deve ser reduzida a uma obrigação moral ou política, mas pode encontrar potência justamente em sua liberdade estética. Dessa forma, a pesquisa insere-se no campo da moda e comunicação, propondo uma leitura que evidencia tanto as permanências quanto as rupturas nos modos de representar o corpo e o feminino, ao mesmo tempo em que problematiza a própria função cultural da moda na contemporaneidade.



**20º COLÓQUIO
DE MODA**

17ª EDIÇÃO INTERNACIONAL

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES

11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

A indústria do design corporal desenvolve-se a partir do sentimento de que a soberania relativa da consciência do indivíduo deve se estender igualmente à sua aparência e não deixar a carne inculta.

David Le Breton

*I'm tryna get well from the inside
Plants and celebrity news
All the vitamins I consume*

Lorde

*La já voltar a cama, onde alongava seus dias foleando outra vez as
mesmas revistas de moda que, de tão velhas, estavam de novo na
vanguarda da criação...*

Severo Sarduy

***Vogue* e a invenção de mundos**

A revista *Vogue* é considerada um dos veículos de informação de moda mais emblemáticos e consistentes já criados. Criada em 1892 nos Estados Unidos e adquirida pela Condé Nast em 1909, a publicação consolidou-se ao longo do século XX como a mais importante referência do jornalismo de moda, exercendo uma influência que ultrapassa a cobertura de tendências de vestuário (SHAWN, Ivan; “A New York State of Mind”). Assim, arte, política e ciências humanas na sua totalidade foram segmentos incluídos nas edições da revista, conforme as décadas passavam juntamente com a estética, *design*, estilo fotográfico, modelos e conteúdo textual de cada época. Ao longo dos anos, conseguimos acompanhar a sua evolução desde a estética até as temáticas discutidas. Inclusive, é um movimento de quase observação da história da moda passando diante dos nossos olhos: tanto a moda enquanto fenômeno comercial, cultural, social e comportamental quanto a moda enquanto expressão artística. Se voltarmos às raízes da palavra “moda” como modo/maneira, toda a parte de comportamento e estilo de vida que costumamos ver em revistas adquire um contorno significativo. Assim, publicações como a *Vogue*, desde a sua estreia no mercado editorial, trabalharam com nomes como Irving Penn, Deborah Turbeville e Joan Didion, dissertaram sobre escritoras como Betty Friedan e Maya Angelou, além de promoverem discussões sobre arte, política e sociedade, sempre representando uma fusão de todos esses tópicos (*Vogue*; *Vogue Archive*,



20º COLÓQUIO
DE MODA

17ª EDIÇÃO INTERNACIONAL

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

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

California, 1981; *Vogue Archive*, California, 1982; *Vogue Archive*, California, 1982). Em debates propostos pela própria revista, e também externos, a *Vogue* foi, continuamente, uma intersecção viva de uma dicotomia presente na própria moda: a linha tênue entre moda enquanto segmento da arte e enquanto prática, impacto e produto da ciência social e do espírito do tempo.

No contexto atual, segundo Michael Grynbaum, jornalista e autor do livro *Empire of the Elite* (sobre o papel do lendário conglomerado Condé Nast, que publicou além da *Vogue*, revistas como *The New Yorker*, *GQ* e *Vanity Fair* na história da moda, da arte e da cultura), se hoje a curadoria cultural está, em grande parte, concentrada nas redes sociais, no século XX estava mediada nas revistas de moda, onde nomes como Diana Vreeland, Graydon Carter e Tina Brown influenciavam as massas num movimento de *trickle down*, em que o vestuário, as formas de arte e o comentário cultural eram apresentados de forma descomplicada, cativante, glamurosa nas capas, editoriais e anúncios e consistente como material jornalístico (MICHAEL Grynbaum discusses 'Empire of the Elite', 2025). Assim, esses documentos eram a ponderação perfeita entre uma espécie de *moodboard* do que estava acontecendo na moda e nas ciências humanas e um portfólio verbal com diálogos um pouco mais aprofundados sobre esses fenômenos, mantendo uma roupagem igualmente carismática, engenhosa e viva para leitores ao redor do mundo.

A proposta aqui é debater qual é o limite e quais são as interfaces desse contraste, analisando capas dos anos 1980 e 2010/2020, tendo como ponto de partida o corpo, desencadeando na ideia de poder, exposição, sucesso e performance, algo que podemos reconhecer não só na plasticidade imagética, como também no texto das manchetes. Além de observar como esses conceitos foram adaptados com o tempo, mas permanecem sendo valores dominantes. Se nos anos 1980, temos valores típicos da era Reagan que se tornaram temáticas de romances emblemáticos como o pós moderno *Psicopata Americano* de Bret Easton Ellis (onde, inclusive, as eternas listas de marcas dava um contorno de catálogo ao estilo narrativo do livro, quase como manchetes de revistas de moda), como culto ao sucesso individual, no embrião da ideia de *girlboss*, cultura *fitness* e dieta; nas décadas de 2010 (mais precisamente no final) e 2020, temos o feminismo *pop* pela ótica individualizada, a cultura do bem-estar e a ênfase do fortalecimento da figura feminina comercializada.



**20º COLÓQUIO
DE MODA**

17ª EDIÇÃO INTERNACIONAL

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES

11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

O motivo das duas épocas serem escolhidas para esse comentário vai um pouco além do fato destas serem períodos de forte transição cultural e midiática (década de 1980 sendo fortemente associada à explosão da cultura corporativa e urbana das grandes metrópoles, e anos 2010/2020 sendo o cenário do domínio das redes sociais e uma espécie de capitalismo digital onde cada um vira a sua própria marca e a experiência pessoal ultrapassa o limite da mediação e da representação). Dentro desses períodos, naturalmente, tópicos como a relação da individualidade com o narcisismo, uma busca inatingível do sucesso e perfeição em várias áreas da vida, a performance que apenas muda de forma e uma cultura pop efervescente e assumidamente massificada, transitando de forma veloz pelas mudanças econômicas, sociais, culturais e estéticas, protagonizam símbolos de poder, status e consumo de maneira particularmente similares, onde o *self* é o centro, ao mesmo tempo que o luxo toma outras formas, ora semelhantes, ora reinventadas. A análise será feita a partir de seis capas de cada era, em que são notados, desde as modelos até os ângulos das fotos, coloração, iluminação, maquiagem, figurino, direção de arte, atmosfera e redação, desmembrando cada ponto e costurando com as citações dos autores para assim, formar questionamentos e reflexões de forma espessa e, ao mesmo tempo, acessível, em que a nuance não é só uma consideração, mas um fio condutor.



20º COLÓQUIO DE MODA

17ª EDIÇÃO INTERNACIONAL

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

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

A estética do excesso e a disciplina do corpo

Figuras 1 e 2: Painéis com capas da *Vogue* dos anos 1980.



Fontes:

<https://archive.vogue.com/issues/1985>
<https://archive.vogue.com/issues/1986>
<https://archive.vogue.com/issues/1988>



20^º COLÓQUIO
DE MODA

17ª EDIÇÃO INTERNACIONAL

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES

11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

Muitas questões podem ser percebidas nas capas da *Vogue* da década de 1980 quando a era Reagan estabelecia padrões de comportamento, estética, moda e cultura, inclusive, com Nancy Reagan e Patti Davis sendo citadas na revista, na época (*Vogue Archive*, California, 1981; *Vogue Archive*, Kathleen Madden, 1981). Visualmente, a explosão de cores e formas oitentista era uma representação do exagero, experimentação, opulência (mesmo que de gosto questionável, com uma característica *camp*) e atmosfera de diversão da época. Nas capas da *Vogue* todo esse excesso, embora equilibrado com um estilo mais *clean* ocasional, era sempre detalhado com algum item chamativo (seja uma pulseira, luvas douradas ou gola da blusa como no caso das três primeiras capas aqui mostradas). A coloração das fotos era estourada e vibrante, com um *styling* e maquiagem que acompanhavam esse fluxo, já que o foco era sempre limitado ao facial e a um ângulo mais geométrico, como um *art déco* ainda mais contemporâneo. Enquanto a iluminação se mantinha minimalista, seguindo o objetivo de destacar o que há de mais essencial, ou seja, a modelo em questão, a produção de moda e o visagismo. Em referência à parte editorial, o sucesso pessoal, o culto ao corpo e a ascensão das mulheres no mercado de trabalho e a cultura *yuppie* eram fenômenos típicos do *zeitgeist* e conseguimos notar essas observações nas manchetes das edições escolhidas. “Como comer, dormir, se exercitar e trabalhar melhor”, “Estamina e sucesso: 18 mulheres no topo” e “coma saudável, perca peso e ganhe!” eram as manchetes de impacto que ilustravam esses valores. Outro padrão que é nítido nas capas oitentistas é o foco no rosto das modelos (juntamente com uma fotografia estática e explicitamente posada e uma iluminação mais chapada e fosca), antes destas serem “substituídas” por celebridades e personalidades da mídia nas décadas seguintes, o que transparece uma certa rigidez plástica e uma moda mais em diálogo consigo mesma; logo, a lógica de modelos serem capa de uma revista de moda. Curiosamente, o foco da capa era a face de mulheres como Cindy Crawford, enquanto o corpo era extremamente discutido e aprimorado na época, com o *boom* das academias, os vídeos de ginástica e as dietas. Tanto que as pautas *fitness* eram recorrentes mesmo na capa. Na terceira edição apresentada aqui, por exemplo, a ênfase na vida saudável e na perda de peso é vista como uma prática quase meritocrática em muita sincronia com os valores da época, isso inclui um corpo que está totalmente no controle do indivíduo. No livro *Adeus ao Corpo*, o



20º COLÓQUIO DE MODA

17ª EDIÇÃO INTERNACIONAL

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

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

antropólogo e professor David Le Breton analisa o corpo sob uma ótica moderna e contemporânea, em que este é objeto de estudo, metamorfose e performance. Segundo Le Breton:

O corpo não é mais apenas, em nossas sociedades contemporâneas, a determinação de uma identidade intangível, (...), mas uma construção, um terminal, um objeto transitório e manipulável suscetível de muitos emparelhamentos. Deixou de ser identidade de si (...) para se tornar um kit, uma soma de partes eventualmente descartáveis à disposição de um indivíduo aprendido em uma manipulação de si e para quem justamente o corpo é a peça principal da afirmação pessoal. (Le Breton, 2013, p.28)

Pautas corporais sempre foram tópicos discutidos e representados ao longo da história, porém na década de 1980, quando mais e mais ferramentas eram criadas e popularizadas para se chegar a um ideal de corpo, logo de afirmação pessoal, os hábitos alimentares, práticas de exercícios e estilo de vida saudável, como uma maratona, eram cada vez mais cultuados e comercializados, assim como marcas de moda, acessórios e beleza.

Filtros autênticos, feminismo *pop* e *wellness*

Figuras 3 e 4: Painéis com capas da *Vogue* dos anos 2010/2020.





20^º COLÓQUIO
DE MODA

17ª EDIÇÃO INTERNACIONAL

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES

11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

de forma mais “avulsa”, com palavras típicas da época e do universo *fashion* de maneira quase listada, agora as citações das celebridades são cruciais, dando uma dimensão mais pessoal e horizontal ao resumido conteúdo textual das capas. Na parte visual e artística, o analógico se torna digital, porém com uma coloração mais lavada (juntamente com os já citados ângulos mais amplos das fotografias), enquanto a iluminação acompanha a atmosfera mais natural (assim como a dos anos 1980, porém em um contexto em que o todo propõe algo que se aproxima de uma estética mais cristalina). O *styling* do figurino (dessa vez mais expressivos, ou apenas mais expostos, mas ainda assim mantendo uma composição equilibrada, onde o uso de vestidos é o mais frequente nas produções) conversa com as locações e a direção de arte, que transitam entre o urbano e o bucólico, e dão ainda mais a impressão de um aspecto menos “artificial” do que fotografias produzidas em um estúdio de maneira quase confessional. A maquiagem acompanha a transição dos anos 2010 para 2020 com lápis e delineadores reforçados (no caso da capa de Zendaya feita em 2017) e uma simulação de rostos mais minimalistas como nas capas de 2020 (Kardashians, Jennifer Lawrence e Gisele Bündchen, que são os últimos registros do painel). Já a primeira capa é de 2018 e a maior manchete fala sobre bem-estar, com foco em “felicidade” e “saúde”, a expressão corporal da atriz Lupita Nyong'o também é bem patente, estampando uma pose que nos remete à ioga. Enquanto percebemos uma superação dos padrões de beleza eurocêtricos (mais na cor da pele e nas etnias do que nos corpos) tão presentes até o final do século XX e início do século XXI, a cultura da celebridade substitui a personagem neutra das modelos. Declarações como “Eu me escolhi”, de Kim Kardashian, nos passa uma atmosfera “empoderadora”, termo que se popularizou com o feminismo *pop* (com citações do tipo “Você tem o poder!” conforme ilustra a quarta capa do painel estrelada por Zendaya) que começou a ganhar muita relevância nos veículos de mídia em meados dos anos 2010. O termo *wellness* continua em voga também nos anos 2020, como podemos notar na terceira imagem do painel, capa de Kendall Jenner, irmã de Kim.

Segundo a jornalista e escritora Jia Tolentino em seu livro *Falso Espelho: Reflexões Sobre a Autoilusão*, os *reality shows*, foram uma espécie de precursores de uma certa cultura narcísica que presenciamos tanto nas redes sociais, como na cultura *pop*, em geral, com as Kardashians sendo as protagonistas desse movimento e o



20^º COLÓQUIO
DE MODA

17ª EDIÇÃO INTERNACIONAL

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES

11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

feminismo *mainstream*, de certa forma, alimenta o foco na otimização individual e numa naturalidade construída artificialmente. Segundo Tolentino:

... o feminismo convencional, para se tornar dominante, teve de se conformar diante do patriarcado e do capitalismo. Exigências antigas, em vez de ser descartadas, são rebatizadas. O esforço para ficar bonita é rotulado como 'self-care' para que, assim, soe progressivo. Em 2017, Taffy Brodesser-Akner escreveu (...) sobre o novo vocabulário relacionado à perda de peso, observando que as revistas femininas haviam trocado títulos como 'Fique magra! Controle a sua alimentação!' por 'Desperte o seu lado mais saudável! FIQUE FORTE!' (...) no lugar de sermos aconselhadas por revistas de meados do século XX a gastar tempo e dinheiro para nos tornarmos mais radiantes para nossos maridos, podemos agora aconselhar umas às outras a fazer exatamente as mesmas coisas, *mas para nós mesmas*. (Tolentino, 2020, p.104 – 105)

De fato, as frases assertivas das capas dos anos 1980, relacionadas à perda de peso e ao sucesso, falando sobre “mulheres no topo” e instruindo otimizações soam mais explícitas e agressivas, onde o aperfeiçoamento era visto como algo competitivo e em prol do ganho pessoal, enquanto nas capas mais recentes, tudo soa um pouco mais vago e sutil, com o foco na saúde como um todo e numa autoafirmação performativamente autêntica, quase como se a revista se tornasse uma extensão das redes sociais ou vice-versa.

Barthes, Sontag e a arte sem obrigação moral

Segundo Roland Barthes em *Sistema da Moda*:

... toda descrição intransitiva (improdutiva) gera a possibilidade de certa poética, mesmo que essa poética não se realize de acordo com valores estéticos; pois, ao descrevermos um objeto material, se isso não for feito para construí-lo ou usá-lo, somos induzidos a associar as qualidades de sua matéria a um sentido segundo, a significar-se através daquilo lhe atribuem de notável: toda descrição intransitiva implica um imaginário. De que tipo é o imaginário descrito pela revista de Moda? (Barthes, 2009, p.350)

Ao refletir sobre a função da revista de moda, Barthes nos lembra que ela não precisa se limitar a uma lógica utilitária ou informativa: pode ser tão somente “improdutiva”. Suas descrições possuem um valor em si mesmas, gerando sentidos autônomos que extrapolam o simples registro de tendências e comportamentos. Trata-



20^º COLÓQUIO
DE MODA

17ª EDIÇÃO INTERNACIONAL

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTÉIA BADUY PIRES

11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

se de uma linguagem em que a dimensão poética se sobrepõe à funcionalidade: mais do que instruir sobre como vestir-se, maquiar-se e o que consumir, a revista cria atmosferas, performances visuais e imaginários coletivos. Nesse sentido, a capa de moda é performance antes de ser manual, representação antes de ser instrução. Essa noção ajuda a entender a diferença entre os dois períodos aqui analisados: nos anos 1980, o imaginário era assumidamente construído — rígido, posado, quase teatral, como se a capa fosse um emblema do poder e da disciplina corporal. Já nas décadas de 2010/2020, o imaginário se disfarça de naturalidade e espontaneidade, mas ainda assim mantém a lógica performática, agora reconfigurada sob a estética do bem-estar e da autenticidade encenada. Assim, a revista de moda encontra-se numa extensa linha tênue entre informação/comunicação/projeção de desejo e arte/ficção/representação.

Assim, a *Vogue* continua sendo uns dos braços da moda mundial mais sólidos, aprofundados e transversais desde o seu nascimento. A revista segue mantendo diálogos relevantes com diversos assuntos, incluindo política, literatura, *zeitgeist* e arte. Ao longo das décadas, as capas da revista acompanharam e reforçaram mudanças na percepção do feminino, da estética e do sucesso. Se nos anos 1980 a mulher retratada pela revista era símbolo da ascensão profissional e disciplinada pelo mercado e pela cultura *fitness*, nos anos 2010/2020, a figura feminina se desloca para um ideal de empoderamento individualizado, onde o bem-estar e a autoexpressão se tornam novas moedas sociais. Apesar das transformações no discurso, a lógica permanece: o corpo e a identidade ainda são projetados como produtos, moldados por tendências e pelo consumo. Diante disso, surge um questionamento inevitável: a moda tem a obrigação de ser política? A tendência contemporânea de exigir um discurso engajado da moda pode ser vista tanto como uma demanda legítima quanto como um reflexo do mesmo mercado que transforma qualquer causa em *branding*. Susan Sontag, em *Contra a interpretação*, argumenta que a arte não precisa ser justificada por uma função moral ou política — sua existência já é suficiente:

Nossa tarefa não é descobrir o máximo de conteúdo numa obra de arte, muito menos extrair da obra mais conteúdo do que já está ali. Nossa tarefa é reduzir o conteúdo, para podermos ver a coisa. O objetivo de todos os comentários sobre a arte deve ser, hoje, o de tornar as obras de arte — e, por analogia, nossa própria experiência — mais, e não menos, reais para nós. (Sontag, 2020, p.29)



**20º COLÓQUIO
DE MODA**

17ª EDIÇÃO INTERNACIONAL

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

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

Considerações finais

Aplicada à moda, todas essas reflexões nos levam a uma ponderação mais ampla: até que ponto devemos cobrar que a moda tenha um compromisso com valores coletivos e não apenas estéticos? A moda sempre esteve na interseção entre arte, comportamento e mercado. Seu impacto cultural é inegável, mas sua essência não pode ser reduzida a um único propósito. Assim como Sontag defendia a experiência estética livre de amarras interpretativas “simbólicas”, a moda também pode existir como pura expressão visual e sensorial, sem a necessidade de ser um panfleto político. No entanto, se pensarmos que a moda também é uma indústria que atinge vários setores e pessoas interna ou externamente, além de possuir um lado altamente utilitário e necessário para o dia a dia (roupas são essenciais para os nossos corpos e estão diretamente ligadas à história, antropologia, ergonomia, comportamento e sociologia), ignorar o seu papel no mercado, na sociedade e nos veículos de comunicação seria um tanto reducionista e ingênuo. Além do fato de que a revista de moda é também, como já afirmamos, jornalismo, em que diferentemente da arte possui um compromisso com a comunicação e a informação, mesmo que em diversos formatos, incluindo o opinativo, o lúdico e o bem-humorado. O desafio, portanto, não está em impor uma função obrigatória à moda, mas em compreender como ela transita entre esses domínios – ora como arte, ora como discurso, ora como mercado.

Referências

BARTHES, Roland. **Sistema da moda**. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2009.

ELLIS, Bret Easton. **Psicopata americano**. Rio de Janeiro: Darkside Books, 2020.

LE BRETON, David. **Adeus ao corpo: Antropologia e Sociedade**. Campinas, São Paulo: Papirus, 2013.

LORDE – Mood Ring, 2021. 1 vídeo (3:44 min). Publicado pelo canal Lorde. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=P103bWMdvtA>. Acesso em: 6 Mar. 2025.



20^º COLÓQUIO
DE MODA

17ª EDIÇÃO INTERNACIONAL

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

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

MADDEN, Kathleen. The President's Daughter Talks About Clothes/Designers Advise How to Buy the New Pants... California, fev. 1981. Disponível em: <https://archive.vogue.com/article/1981/02/01/the-presidents-daughter-talks-about-clothesdesigners-advise-how-to-buy-the-new-pants>. Acesso em: 7 mar. 2025.

MICHAEL Grynbaum discusses 'Empire of the Elite', 2025. 1 vídeo (4:54 min). Publicado pelo canal Good Morning America. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=jSy0pCsUMSQ>. Acesso em: 20 ago. 2025.

SARDUY, Severo. **Pássaros da Praia**. São Paulo: Siciliano, 1995.

SHAWN, Ivan. A New York State of Mind. Disponível em: <https://artsandculture.google.com/story/SQUR4nTJiPaajg>. Acesso em: 22 ago, 2025.

SONTAG, Susan. **Contra a interpretação: e outros ensaios**. São Paulo: Companhia das Letras, 2020.

TOLENTINO, Jia. **Falso espelho: reflexões sobre a autoilusão**. São Paulo: Todavia, 2020.

WINTOUR, Anna. Honoring the 120th Anniversary: Anna Wintour Shares Her Vogue Story. Nova York, ago. 2012. Disponível em: <https://www.vogue.com/article/anna-wintour-on-her-first-vogue-cover-plus-a-slideshow-of-her-favorite-images-in-vogue>. Acesso em 22 ago. 2025.

VOGUE ARCHIVE. California, 1 mai. 1981. Disponível em: <https://archive.vogue.com/issue/19810501>. Acesso em: 7 mar. 2025

VOGUE ARCHIVE. California, 1 dec. 1981. Disponível em: <https://archive.vogue.com/issue/19811201>. Acesso em: 6 mar. 2025.

VOGUE ARCHIVE. California, 1 mar. 1982. Disponível em: <https://archive.vogue.com/issue/19820301>. Acesso em: 6 mar. 2025.

VOGUE ARCHIVE. California, 1 set. 1982. Disponível em: <https://archive.vogue.com/issue/19820901>. Acesso em: 6 mar. 2025.

VOGUE. Vogue: A History. Nova York. Disponível em: <https://www.vogue.com/about-us>. Acesso em: 6 Mar. 2025.