



Crítica de moda nas redes sociais digitais

Fashion criticism on digital and social media

BEZERRA, Lucas André ¹
SOUZA, Matheus Aureliano de ²
MARTINS, Marcelo M. ³

Resumo

Discutem-se, neste artigo, as novas configurações da produção discursiva de crítica de moda nas redes sociais digitais, pautando-se num levantamento bibliográfico que circunda o assunto. Como exercício de análise, organização e compreensão dos dados, debruçamo-nos sobre vídeos de criadores brasileiros de conteúdos sobre moda (TikTok), que propõem leituras “críticas” sobre o vestir contemporâneo. O resultado, aqui apresentado, aponta que, embora ainda pouco institucionalizada, a crítica de moda está presente nas redes, sendo realizada, inclusive, por não especialistas na área. Para finalizar, propomos um método de análise qualitativa em que se conjugam as novas abordagens com aspectos da crítica dita mais tradicional.

Palavras chave: Crítica de Moda; Redes Sociais Digitais; Tiktok.

Abstract

In this article, the new configurations of the discursive production of fashion criticism on digital and social media are discussed, based on a bibliographic survey that surrounds the subject. As an exercise in data analysis, organization and understanding, we focused on videos by brazilian creators of fashion content (TikTok) that they propose “critical” readings on contemporary fashion. The result, presented here, shows that, although still little institutionalized, fashion criticism is present on the digital and social media, even being carried out by non-specialists in the area. Finally, we tested the production of a qualitative analysis method in which the new approaches dialogue with aspects of more traditional criticism.

Keywords: Fashion Criticism; Digital and Social Media; Tiktok.

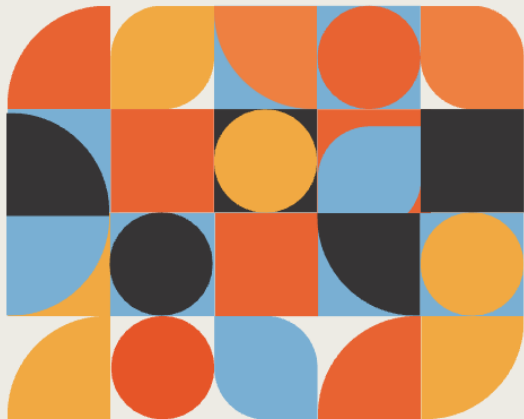
Introdução

A produção de crítica de moda no Brasil contemporâneo tem encontrado nas redes sociais digitais um espaço fértil para se desenvolver, tensionando estruturas tradicionais do campo *fashion* e reconfigurando os parâmetros de análise e discussão sobre vestuário, tendências, comportamento e indústria, também discutidos pela academia. Embora parte do *establishment* – incluindo autores e estilistas consolidados – resista em reconhecer a legitimidade dessas vozes, atribuindo-lhes um caráter superficial, amador e meramente opinativo, ou até mesmo

¹ Graduando do 8º período do curso de Comunicação Social pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE - CAA), e-mail: lucas.abezerra@ufpe.br

² Graduando do 4º período do curso de Comunicação Social pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE - CAA), e-mail: aureliano.souza@ufpe.br

³ Professor titular do Núcleo de Design e Comunicação do Centro Acadêmico do Agreste (UFPE - CAA), e-mail: machadomartins@yahoo.com.br



20^º COLÓQUIO DE MODA

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

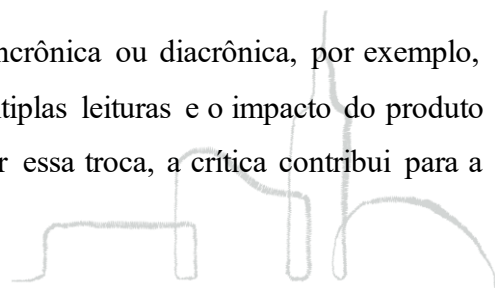
a dando com extintas (Martins e Demetresco, 2025); o presente trabalho assume a tarefa de responder ao seguinte questionamento: existe crítica de moda sendo feita hoje no Brasil nas redes sociais? Consideramos este tipo de texto/discurso de modo distinto da opinião ou do comentário impressionista, ou seja, elaborado a partir de um método, com embasamento teórico e uma construção argumentativa (Cidreira, 2022), pois a crítica demanda pesquisa, contextualização, viés e um olhar analítico que ultrapassa o gosto pessoal, mesmo diante de um cenário de transformações culturais e tecnológicas.

Propõe-se, por fim, uma reflexão sobre os critérios que qualificam uma análise como crítica, diferenciando-a de outros discursos correntes no ambiente digital. Todo trabalho aqui desenvolvido foi embasado na constituição de um amplo repertório de dados referentes a publicações brasileiras no TikTok e, dele, conjecturando com abordagens acadêmicas sobre a crítica de moda, elaboramos parâmetros de elementos que constam nas atuais críticas em franco diálogo com formas e conteúdos que compunham esse tipo de texto quando publicados exclusivamente “no papel” (revistas e jornais). Entendemos que este artigo faz parte do início da discussão a respeito da crítica de moda nas redes sociais digitais no Brasil, reconhecendo nela aspectos importantes na disseminação do conhecimento sobre moda, indústria cultural e comunicação de massa.

A crítica de moda: preâmbulos

A crítica de moda pode ser compreendida como um campo de análise que transcende a simples descrição de tendências e lançamentos. Situada na interseção entre o jornalismo, a teoria cultural e a história do vestuário, ela assume um papel de interpretação e contextualização do fenômeno da moda em suas diversas camadas. Nesse sentido, ela vai além do simples juízo estético, constituindo um espaço de análise que interroga os processos culturais, sociais e econômicos que sustentam a indústria *fashion* e se apresenta como um instrumento indispensável para a democratização do debate e para a regulação dos fluxos que, de maneira direta ou indireta, influenciam tanto a criação quanto o consumo de moda. Dessa forma, a análise crítica vai além do estético e adentra o discursivo e o simbólico.

A qualidade e a coerência de uma coleção, de uma perspectiva sincrônica ou diacrônica, por exemplo, fazem parte do processo avaliativo do crítico, mas ele também propõe múltiplas leituras e o impacto do produto de sua crítica dentro do contexto em que a produção se insere. Ao permitir essa troca, a crítica contribui para a





20º COLÓQUIO DE MODA

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

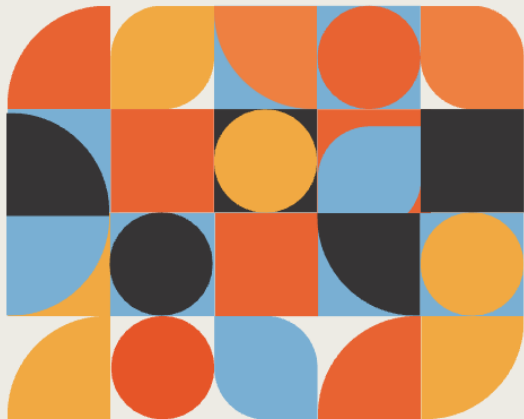
evolução da moda, incentivando um pensamento mais profundo sobre suas produções e estimulando diálogos que transcendem o mero consumo. Isso fortalece o ecossistema criativo, garantindo que a moda seja continuamente analisada, debatida e aprimorada. Esse movimento dialógico evidencia que a crítica de moda vai além da mera avaliação estética, desempenhando um papel essencial no amadurecimento e na responsabilização dos agentes do setor. Ao oferecer uma análise fundamentada, a crítica não apenas orienta a evolução criativa, mas também impulsiona a construção de uma indústria mais consciente e reflexiva. Dessa forma, estilistas, marcas e profissionais da moda em geral podem aprimorar suas práticas, promovendo um ambiente mais sólido, dinâmico e preparado para os desafios e demandas do mercado.

Dado o exposto, compreende-se que a crítica de moda é um campo de interpretação que exige olhar atento, capacidade analítica e um compromisso com a compreensão da moda como fenômeno cultural. Num momento em que a velocidade da informação desafia a produção de conteúdo reflexivo, torna-se ainda mais urgente reafirmar a importância da crítica para a consolidação de uma moda pensante, que não se limita ao efêmero, mas que busca compreensão e significado das produções humanas criadas por essa grande cadeia de engrenagens que subjaz à moda – da produção ao pós-consumo.

Crítica cultural e assuntos de moda

A crítica cultural desempenha um papel essencial no campo do jornalismo, funcionando como elo entre a produção artística e o público consumidor. Trata-se de uma prática discursiva que, mais do que avaliar produtos culturais, interpreta e contextualiza fenômenos estéticos, sociais e simbólicos. Com isso, o jornalismo e a crítica cultural devem ser entendidos não apenas como uma modalidade informativa, mas como espaço de mediação entre cultura e sociedade, capaz de fomentar a reflexão crítica e contribuir para a formação de repertórios culturais.

No Brasil, o jornalismo cultural tornou-se atuante a partir do século XIX, porém só nas décadas de 1950 e 1970 é que “as seções de crítica musical, cinematográfica, literária e de teatro, já existentes, marcam significativamente o jornalismo cultural no Brasil” (Alves, 2018, p. 69). Esse período foi fundamental para a consolidação da crítica como prática estruturante dessa editoria, refletindo um momento de intensificação das produções artísticas e do interesse por uma cobertura mais especializada. Apesar disso, assuntos como a moda só ingressaram nos textos jornalísticos a partir da década de 1990, demonstrando que o tema, embora carregado de



20º COLÓQUIO DE MODA

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

significados culturais, enfrentou resistência para ser reconhecido como objeto legítimo de reflexão no espaço tradicionalmente reservado às chamadas belas artes. Essa inserção tardia evidencia a rigidez de certos critérios que definem o que é ou não considerado cultura na mídia, bem como os desafios enfrentados por expressões culturais historicamente marginalizadas no campo jornalístico.

A abordagem da moda no jornalismo cultural começou a evoluir para além da mera cobertura de tendências e eventos. A moda passou a ser vista como um fenômeno cultural que influencia comportamentos sociais e expressões identitárias. Essa transformação possibilitou um diálogo mais rico entre os departamentos de cultura e moda nas redações, indicando uma maior interseção entre arte, estética e sociedade; finalmente, a moda, assim, passou a ser vista não apenas na sua superfície, mas como uma forma de expressão que reflete e molda a cultura contemporânea. Esse reconhecimento do significado cultural da moda reafirma sua posição no panorama das artes e destaca a necessidade de uma crítica bem fundamentada, que explore suas implicações e ressonâncias na sociedade. Nesse contexto, o jornalismo de moda surge como um desdobramento necessário dentro do jornalismo cultural, ao propor uma abordagem mais analítica sobre os códigos estéticos, comportamentais e simbólicos que atravessam a moda. Ao tratar a moda não apenas como tendência, mas como linguagem social, o jornalismo de moda amplia o escopo da crítica cultural e contribui para a valorização de um campo historicamente associado ao efêmero, demonstrando sua relevância na construção de identidades e discursos na esfera pública.

Assim, o jornalismo e crítica de moda não se limitam a transmitir notícias sobre eventos e lançamentos, mas em relatar os múltiplos aspectos da moda, desde suas tendências e criações até os *designers*, modelos e os comportamentos influenciados por esse universo. Para isso, devem seguir princípios fundamentais do jornalismo, como a “confiabilidade dos dados, relatos e análises de terceiros que divulga e pelo respeito à pluralidade de interesses que conflitam na sociedade” (Alves e Cidreira, p. 4), garantindo que a moda seja analisada não apenas como expressão estética, mas também como fenômeno cultural e econômico que impacta a sociedade em diferentes níveis. Dentre suas principais características, observa-se a supremacia da imagem, uma qualidade que não apenas define a sua estética, mas também embasa suas práticas narrativas e interpretativas. Como destaca Alves e Cidreira (2022), a primazia da imagem no jornalismo de moda se deve à natureza intrínseca da moda, que se orienta essencialmente para o visual. As revistas e veículos que operam neste espaço utilizam a fotografia não apenas como uma ilustração, mas como um componente central de suas narrativas. Imagens de desfiles, editoriais



20^º COLÓQUIO DE MODA

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

e campanhas publicitárias são cuidadosamente selecionadas para capturar a atenção do público, os sentimentos evocados e os significados associados ao vestuário. Essa abordagem visual se alia a uma filosofia de consumo que privilegia não apenas a roupa em si, mas a estética e as emoções que ela pode despertar nos consumidores, convertendo o ato de vestir em uma experiência cultural completa.

O crítico de moda e a crítica de moda nas redes sociais digitais

A crítica de moda no Brasil sempre foi um campo marcado por hierarquias sociais e culturais, um reflexo das desigualdades estruturais do país. Desde suas origens, no século XX, até a contemporaneidade, a figura do crítico de moda foi moldada por um perfil específico: branco, urbano, de classe média ou alta, e com acesso a certos capitais culturais e acadêmicos (Calanca, 2002). Esse arquétipo, ainda que não seja uma regra absoluta, predominou nos espaços legitimados da moda – revistas como Vogue e Elle, cadernos de cultura de grandes jornais e, posteriormente, na TV e no cinema. Sua atuação não se limitava a descrever tendências, mas a estabelecer o que era considerado "bom gosto" ou "sofisticado", frequentemente a partir de referências eurocêntricas (Laver, 2005).

A partir de referenciais teóricos, como por exemplo, Svendsen (2010)⁴, Cidreira (2011) e Pareyson (2001), foi elaborada uma tabela que condensa os principais critérios estabelecidos pelos autores citados para a construção de uma crítica de moda consistente. Esta tabela (tab. 1) funciona como um protocolo analítico que nos ajuda a refletir sobre os elementos constituintes de base que constam em maior ou menor grau nos textos críticos que versam sobre moda; ela serviu como norteadora para as análises de perfis de produtores de conteúdo brasileiros que realizam críticas de moda nas redes sociais, sobretudo no Tiktok, plataforma tomada como análise neste trabalho.

⁴ Em entrevista concedida a Astrid Façanha em dezembro de 2009. A entrevista foi publicada em 2010. Link: http://cienciaecultura.bvs.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0009-67252010000200010

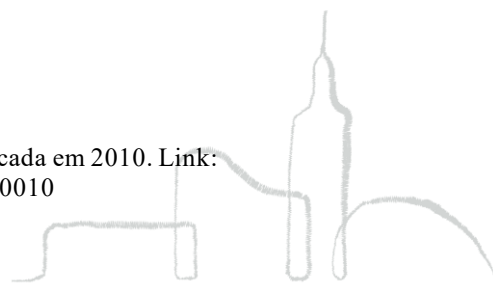


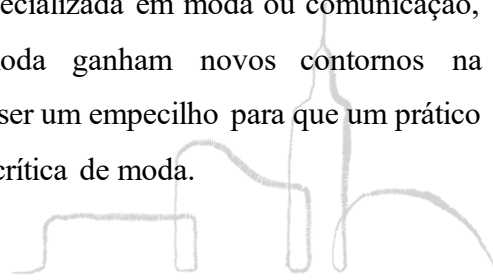


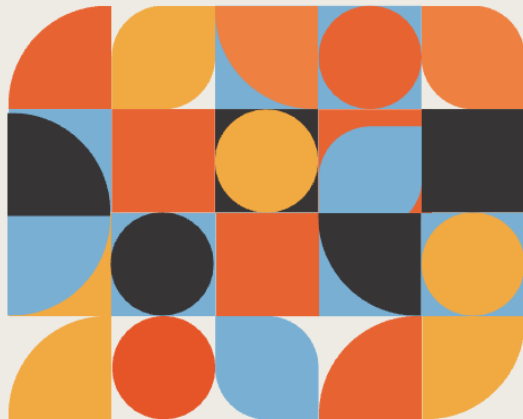
Tabela 1: Protocolo analítico de conteúdos em crítica de moda

Critério	Valor
Contextualização histórica	A moda não surge no vácuo; entender suas raízes e evolução ajuda a analisar seu significado atual.
Análise estética	Avaliar a qualidade visual, a originalidade e a harmonia das peças é essencial para além do mero gosto pessoal.
Análise do corpo	Problematizar o papel e a função do corpo.
Compreensão sociocultural	A moda reflete e influencia valores sociais; uma crítica deve discutir seu impacto na identidade e na cultura.
Questionamento ético	É preciso abordar questões como sustentabilidade, condições de trabalho e consumo consciente.
Clareza e profundidade	A crítica deve ser acessível, mas não superficial, evitando jargões vazios.
Conexão com outras artes	A moda dialoga com arte, música, cinema etc.; relacioná-la a outras formas de expressão enriquece a análise.
Independência crítica	O crítico não deve ser influenciado apenas por tendências ou pressões do mercado e das marcas.
Embasamento/bagagem	Conhecimento técnico prévio.

Fonte: elaborado pelos autores

Os resultados das análises realizadas mostraram a eficácia e eficiência de terem sido obtidos por meio de uma sistematização de constituintes “esperados” nos textos de crítica de moda, conjecturando elementos de um passado não tão distante em que ela circulava predominantemente nas revistas e jornais com os textos e discursos de uma crítica que assumiu gradativamente os espaços das redes sociais digitais que garantissem a esse tipo de texto não apenas uma nova abordagem de seus conteúdos, mas também em suas formas de expressá-los. Além disso, verificou-se que uma questão cara à área, que trata da formação especializada em moda ou comunicação, por exemplo, para discutir assuntos relacionados à crítica de moda ganham novos contornos na contemporaneidade – demarcando traços de nosso *zeitgeist* –, deixando de ser um empecilho para que um prático ou um autodidata desenvolva argumentos consistentes com relação a uma crítica de moda.





20º COLÓQUIO DE MODA

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

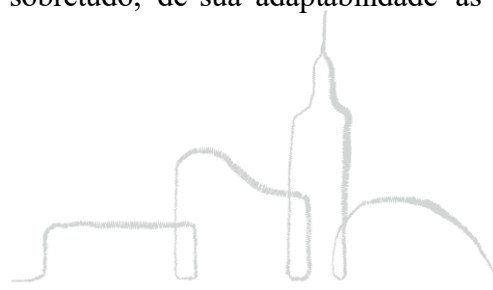
Considerações finais

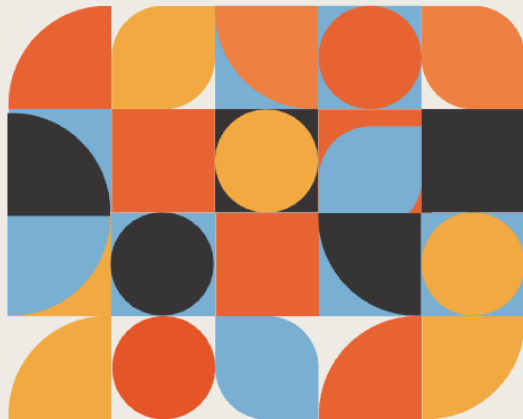
A análise dos conteúdos disseminados por produtores de conteúdos nas redes sociais digitais, com destaque para os da plataforma TikTok, que foi o palco de onde organizamos nossos dados de pesquisa aqui apresentados, evidencia uma reconfiguração no exercício da crítica de moda na contemporaneidade. Longe de representar um declínio, tal prática demonstra uma mutação inevitável, adaptando-se às exigências dos novos suportes digitais e às dinâmicas de consumo cultural do século XXI. Diferentemente de como consideram muitos estilistas, jornalistas e mesmo acadêmicos, não estamos diante da extinção da crítica como manifestação discursiva, mas sim da obsolescência de um paradigma específico — aquele vinculado ao modelo acadêmico e editorial tradicional, marcado por uma linguagem densa e estruturas narrativas longas.

O formato em vídeo, característico do TikTok, impõe uma construção nova: concisa, fragmentada e visual, sem prescindir de rigor analítico, o que se apresenta na prática dos produtores de conteúdos em abordagens que articulam sobre bases teóricas, referências históricas, reflexões socioculturais e avaliações estéticas. Muitos recortes temáticos — ainda que pontuais — revelam uma preocupação dos produtores em estabelecer conexões entre a materialidade das roupas, suas implicações simbólicas e os corpos que as vestem, o que evidencia uma tentativa de se afastarem de um mero juízo de valor para uma interpretação contextualizada.

A relutância de certos setores — da academia e da indústria, incluindo estilistas, como dissemos — em legitimar essa modalidade crítica parece derivar menos de uma suposta fragilidade metodológica e mais de uma resistência epistemológica em reconhecer a mutabilidade dos discursos sobre moda. A crítica em vídeo, ou a feita em outros formatos nas redes, não anula as formas precedentes; as ressignifica, ampliando a interlocução e inserindo-se em um ecossistema midiático marcado pela polifonia e pela velocidade. Se outrora a revista especializada operava um lugar privilegiado de consagração, hoje as plataformas digitais assumem o papel de arenas democratizadas, nas quais a moda é incessantemente questionada e reinterpretada.

Aos círculos tradicionalmente hegemônicos, caberia, pois, não a nostalgia de um suposto apogeu perdido, mas o reconhecimento de que a vitalidade do discurso crítico depende, sobretudo, de sua adaptabilidade às mutações do tempo.





20º COLÓQUIO DE MODA

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

REFERÊNCIAS

- ADORNO, Theodor W. (1986), A indústria cultural. In: COHN, Gabriel (org.). **Theodor W. Adorno**. São Paulo: Ática, 1986.
- ALVES, L. M. e CIDREIRA, R. P. (ed.). A cultura e o comportamento no jornalismo de moda: questões contemporâneas na revista Elle Brasil (2013-2020). [s.l.]. **Revista de Filosofia**. eflch-unifesp, 2022. v. 9
- ALVES, Larissa Molina. **Jornalismo de moda, cultura e sociedade: comportamento, corpo e expressão na revista Elle Brasil (2013-2018)**. Universidade Federal da Bahia, Instituto de Humanidades, Artes e Ciências, Programa Multidisciplinar de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade, Salvador, 2018.
- CALANCA, D. **História Social da Moda**. São Paulo, SP, Editora SENAC, 2002.
- CIDREIRA, Renata Pitombo. **Jornalismo de moda: crítica, feminilidade e arte**. 2019.
- CIDREIRA, Renata Pitombo. **A sagração da aparência: o jornalismo de moda na Bahia**. Salvador: EDUFBA, 2011.
- CIDREIRA, Renata Pitombo. **Moda e crítica: prazer, julgamento e avaliação**. Salvador: EDUFBA, 2022.
- DEBORD, G. **A sociedade do espetáculo: comentários sobre a sociedade do espetáculo**. Trad. Estela dos Santos Abreu. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- DUGNANI, Patricio. Massificação e internetilização: duas faces da mesma moeda no processo de alienação pelos meios de comunicação. **Revista Observatório**. v. 7, n. 4, out.-dez. Palmas: 2021
- ECO, Umberto. **Apocalípticos e integrados**. Trad. de Pérola de Carvalho. São Paulo: Perspectiva, 2008.
- LAVER, J. **A roupa e a moda: uma história concisa**. Editora Companhia das Letras. São Paulo, SP, 2005.
- MARTINS, M. M.; DEMETRESCO, S. Tons da moda: do piadístico à seriedade dos desfiles. c/.ref. 2025. **xeroc**.
- MOREIRA, J. (ED.). **As novas vozes da crítica de moda**. [s.l.] Vogue, 2019.
- PAREYSON, Luigi. **Os problemas da estética**. 3 ed. São Paulo: Martins Fontes, 2001.
- Qual o impacto do digital sobre o jornalismo e a crítica de moda?** Disponível em: <<https://ffw.uol.com.br/noticias/moda/qual-o-impacto-do-digital-no-jornalismo-e-critica-de-moda/>>. Acesso em: 31 mar. 2025.

