

Fotografia de moda nas capas da Vogue Brasil: um panorama das décadas de 1970 a 1990¹

Ana Paula Dessupoio Chaves²
Ana Julia Bellini³
Luiza Lopes Gomez⁴
Stephanie Chiote Bordone Santos⁵
Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF

RESUMO

O estudo propõe um olhar para a trajetória da fotografia de moda das capas da *Vogue Brasil* entre as décadas de 1970 e 1990, destacando as mudanças e permanências desse período. Para isso, utilizamos a análise de imagens em série, metodologia proposta por Mauad (1990). A pesquisa conecta o contexto social e político brasileiro à representação da moda, revelando como esses fatores influenciaram as imagens. Através de uma abordagem intertextual, o trabalho enfatiza o papel da fotografia na construção de ideais estéticos e sociais.

PALAVRAS-CHAVE: fotografia de moda; comunicação; revista; contexto; representação.

INTRODUÇÃO

A sociedade contemporânea é influenciada pela indústria da moda, em que a fotografia desempenha um papel central na construção e disseminação de ideais estéticos. No entanto, a superficialidade muitas vezes associada à fotografia de moda contrasta com seu potencial para estimular reflexões sobre questões sociais, estereótipos e a percepção do consumidor.

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho (Comunicação e Moda), evento integrante da programação do 28º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 15 a 17 de maio de 2025.

² Professora Adjunta na Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora, email: ana.dessupoio@ufjf.br.

³ Estudante de Graduação do Curso de Jornalismo da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora, e-mail: naju.bellini@gmail.com

⁴ Estudante de Graduação do Curso de Rádio, TV e Internet da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora, e-mail: luzagz2023@gmail.com

⁵ Estudante de Graduação do Curso de Jornalismo da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora, e-mail: stephaniechiote@gmail.com

Não há dúvidas quanto à relevância das fotografias – e das imagens visuais de maneira geral. Pensando além da imagem, também existe uma narrativa ali que muitas vezes aparece de forma implícita. O estudo da fotografia de moda propõe-se a ir além das superfícies das imagens, buscando desvendar suas narrativas subjacentes e seu potencial para promover reflexões críticas sobre a sociedade. Ao analisar como a moda é retratada visualmente, podemos entender melhor os valores, ideais e representações que permeiam a cultura.

A fotografia de moda é o tema de interesse desse artigo, mais especificamente aquela que foi produzida pela *Vogue Brasil* no recorte das décadas de 1970, 1980 e 1990. A pergunta que guia esse texto é: quais as principais mudanças e recorrências durante esses períodos? Para isso responder essa questão, faremos um estudo historiográfico do contexto social e político do Brasil e da fotografia de moda dentro do impresso. E em seguida, consultamos as primeiras capas publicadas em cada ano da *Vogue Brasil*, durante as décadas citadas⁶.

É importante ressaltar que essas fotografias foram analisadas como séries, conforme a metodologia proposta por Ana Maria Mauad (1990). Para a autora, ao considerar a fotografia como resultado de um trabalho social de produção de sentido, a imagem não deve ser tratada como simples exemplar isolado, mas sim de forma seriada. Dessa forma, olhamos cada capa como um conjunto e selecionamos as imagens mais representativas para aprofundamento do texto.

MODA EM IMAGENS: 1970 A 1990

A fotografia de moda passou a adquirir maior relevância no Brasil a partir da década de 1970, com o surgimento da *Vogue Brasil* em 1975 e a intensa transformação da moda em meio ao período de repressão no território nacional (Elman, 2008). O panorama da moda brasileira na época pode ser analisado sob uma perspectiva de evolução e ascensão, partindo da influência e legado da moda *hippie* dos anos 1960 e da intensa movimentação econômica que colocava o país em um momento de efervescência no mercado nacional.

⁶ Esse estudo é resultado de uma etapa da pesquisa de Iniciação Científica intitulada “Capturando estilos: a narrativa e a estética da fotografia nas revistas de moda”, desenvolvida na Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF).

Com a expansão do mercado de moda no Brasil, nomes importantes apareceram na moda brasileira, como alguns dos estilistas que foram responsáveis por coleções e designs que marcariam não só a década de 70, mas a moda brasileira e internacional como um todo. O Tropicalismo, a exaltação de símbolos nacionais e a valorização da cultura brasileira influenciaram a moda desse período, assim como os temas abordados pela *Vogue Brasil*.

Com relação as capas da revista nesse período, observa-se a valorização de planos *close-up* e mais focados no rosto das modelos escolhidas, que utilizam estilos de maquiagem mais minimalistas, ressaltando certo ideal de feminilidade alinhado à pureza e aspecto jovial e angelical. Em momentos em que uma porção maior do colo das modelos era mostrado, este sempre estava coberto dos designs propostos para a época, ainda distante dos padrões de sensualidade.

Já a década de 1980 foi um período marcado por transformações que reverberaram nas mais diversas esferas da sociedade, incluindo o campo comunicacional e da moda. O momento configurou-se como um tempo de transição e reestruturação: o país experimentava os últimos anos do regime militar, que teve seu fim em 1985, e vivenciava a redemocratização com a promulgação da Constituição Federal de 1988 (Dathein, 2005).

Nesse sentido, durante este período de grande vitalidade cultural, a moda emergiu como um instrumento discursivo e simbólico que dialogava tanto com a busca por modernidade e sofisticação quanto com as contradições sociais de um Brasil em transição. A revista *Vogue Brasil*, inserida nesse contexto, apresentou-se como um espaço privilegiado de circulação e legitimação de valores relacionados ao luxo, ao cosmopolitismo e à construção de estilos de vida aspiracionais. A publicação, que já se destacava desde sua criação, em 1975, passou, durante a década de 1980, a incorporar em suas edições reportagens e pautas que não se limitavam ao universo da moda, mas que também abordavam questões sociais e culturais de relevância social (Brisola, 2014).

Observa-se, uma crescente fusão entre moda e comportamento nas edições da revista, especialmente por meio de colunas sociais e matérias jornalísticas que cobriam os, até antes, inéditos bailes promovidos pela revista. Tais eventos, amplamente divulgados nas páginas da publicação, se destacavam por seu luxo extravagante e atmosfera de fantasia, funcionando como momentos de escapismo e afirmação de um imaginário de opulência e glamour, apesar do cenário econômico adverso do país. Os

bailes, além de serem palco para a exibição de tendências de moda, consolidaram-se como rituais de sociabilidade da elite urbana brasileira, reafirmando a centralidade da revista como mediadora entre o mercado da moda e as dinâmicas culturais e sociais locais.

Nas capas durante a década de 1980, a *Vogue Brasil* construiu uma identidade própria, que ia além da simples replicação de editoriais estrangeiros. A revista apropriou-se de elementos da cultura brasileira e os articulou a referências do universo da moda internacional, criando um discurso híbrido e adaptado às especificidades do público nacional (Haddad, 2021). A exposição e divulgação de determinados conceitos e ideais revela a intencionalidade da publicação em estabelecer-se como um veículo não apenas informativo, mas também formador de opinião e de imaginários sociais.

A década de 1990 foi um período em que se notava profundas transformações econômicas e culturais no Brasil. Na perspectiva de Bonadio (2010) após anos de Ditadura Civil Militar, o país enfrentava desafios econômicos, como uma grave instabilidade financeira e uma hiperinflação que marcou toda a década de 1980. A implementação do Plano Real, em 1994, foi fundamental na estabilização da economia brasileira, criando um ambiente de maior controle inflacionário.

Em conjunto a esse contexto de crescimento econômico, os anos 1990 foram marcados pela intensificação da globalização e pela abertura do mercado brasileiro ao mercado internacional. Nesse sentido, a *Vogue Brasil* consolidou-se como um dos principais veículos para a difusão das tendências globais e de construção de um imaginário de sofisticação e moderno, alinhando-se, assim, ao mercado internacional da moda.

A globalização refletiu também na linguagem adotada pela revista, que passou a incorporar uma ampla gama de termos estrangeiros em suas publicações. Expressões como, *trend*, *look* e *top model* tornaram-se recorrentes nos editoriais e matérias, evidenciando um esforço de aproximação com a comunicação da moda internacional. Esse fenômeno não apenas indicava uma adaptação às novas demandas do mercado, mas também reforçava a aspiração do Brasil de se inserir no circuito global do setor.

Segundo Haddad (2021) a *Vogue Brasil* além de desempenhar um papel central na identidade da moda nacional e na projeção de designers, modelos e fotógrafos brasileiros para além do país. A revista não se limitava a refletir as transformações culturais e econômicas em curso, mas atuava como um agente modelador, promovendo

narrativas visuais e conceituais que reforçaram a singularidade da moda brasileira. Dessa forma, a moda considerada como brasileira que era difundida pela publicação, configurava-se a partir de uma união entre globalização e a estética local.

As capas da *Vogue Brasil* também passaram por uma reformulação estética significativa, principalmente após 1993 quando a Andrea Carta assumiu a direção criativa da revista. Nos anos anteriores predominava uma abordagem mais clássica e contida. A partir da década de 90, dando ênfase nos anos após 1993, houve uma valorização da sensualidade feminina, frequentemente expressa por meio de enquadramentos mais abertos, que antes não eram tão presentes nas capas, que destacavam cenários naturais e locações emblemáticas do Brasil.

Esse conjunto de fatores evidencia a década de 1990 como um período decisivo para a moda brasileira, caracterizado pela articulação entre modernidade e tradição, globalização e identidade nacional. A *Vogue Brasil*, nesse contexto, desempenhou um papel estratégico na legitimação e na promoção da moda nacional, contribuindo para a inserção definitiva do Brasil no cenário internacional do setor.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo tenta mostrar a transformação significativa que a fotografia de moda experimentou no Brasil a partir da década de 1970, em grande parte impulsionada pela criação da *Vogue Brasil*. Essa publicação não apenas serviu como um suporte visual para as tendências de moda, mas também se tornou um espaço privilegiado para a construção de narrativas que interligavam a estética da moda à cultura e à sociedade brasileira. Através de ensaios fotográficos, o impresso capturou não apenas as roupas, mas também os contextos sociais e políticos que permeavam a época, trazendo à tona uma nova forma de interpretação da identidade brasileira.

Na década de 1980, a fotografia de moda no impresso adaptou-se a um ambiente sociopolítico em transformação, onde a revista se tornou um reflexo das mudanças culturais que ocorriam na sociedade. As capas da revista, que apresentavam modelos em poses que enfatizavam a feminilidade e o glamour, ao mesmo tempo que dialogavam com a realidade brasileira, contribuíram para a formação de um imaginário coletivo. Esse uso da linguagem visual não foi meramente estético; foi um meio de comunicar as aspirações

e os desafios de um país em redemocratização, onde a moda se tornou um veículo de expressão cultural e resistência.

Com a chegada da década de 1990, a evolução da fotografia de moda se manifestou em uma nova abordagem estética e narrativa. Sob a direção criativa de Andrea Carta, as capas passaram a apresentar uma sensualidade mais audaciosa, com composições que exploravam a diversidade dos cenários brasileiros. A locação das produções, frequentemente em ambientes naturais e emblemáticos, acrescentou uma dimensão única às imagens, unindo a identidade visual da moda aos traços distintivos da cultura nacional.

A análise da fotografia de moda das capas na *Vogue Brasil* demonstra que as imagens produzidas são muito mais do que representações visuais; elas são narrativas que capturam o espírito de um tempo e contribuem para a construção social que se manifesta através de mídia e suas imagens (Hall, 2016). Ou seja, seus sentidos são produzidos dentro da história e da cultura.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BONADIO, Maria Cláudia. A produção acadêmica sobre moda na pós-graduação stricto sensu no Brasil. **Iara – Revista de Moda, Cultura e Arte**, São Paulo, v. 3, n. 3, p. 50-146, dez. 2010.

BRISOLA, Daniela. Comunicação e Moda: os Discursos da *Vogue Brasil* na década de 80. **XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste**, 2014.

DATHEIN, Ricardo. Vinte e cinco anos de estagnação econômica: o Brasil na Era do Ajustamento. In: **VII Reunión de Economía Mundial, 2005, Madrid**. VII Reunión de Economía Mundial, 2005.

ELMAN, Débora. **Jornalismo e estilo de vida: o discurso da revista Vogue**. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação). Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2008.

HADDAD, Beatriz Sumaya Malavasi. **Da produção do discurso aos usos sociais: distinção, moda e estilo na revista Vogue Brasil**. 2021. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Ciências e Letras, Araraquara, 2021.

HALL, Stuart. **Cultura e representação**. Rio de Janeiro: PUC-Rio, 2016.

MAUAD, Ana Maria. **Sob o signo da imagem: A produção da fotografia e o controle dos códigos de representação social da classe dominante, no Rio de Janeiro, na Primeira Metade do Século XX**. 1990. Dissertação (Mestrado em História) – Universidade Federal Fluminense, Niterói, 1990.