

A Transformação Da Vogue Brasil Impressa: Uma Análise Comparativa (2014-2024)¹

Dinarte Varela Bezerra ²

Vitória Sodré de Vasconcelos ³

Universidade Federal da Paraíba - UFPB

RESUMO

Este artigo analisa as transformações no jornalismo de moda brasileiro, tomando como estudo de caso as edições impressas da Vogue Brasil de outubro de 2014 e outubro de 2024. O estudo busca compreender como a revista redefiniu sua linguagem, estrutura e abordagem editorial em resposta às mudanças tecnológicas, culturais e de consumo. Utilizando uma metodologia histórico-dialógica, a pesquisa examina aspectos como capa, estrutura editorial, linha temática e representação de vozes, revelando a transição de um modelo utilitarista para uma abordagem conceitual e cultural. Os resultados demonstram que a Vogue Brasil adaptou-se ao cenário midiático digital, consolidando-se como espaço de reflexão crítica sobre moda e sociedade.

PALAVRAS-CHAVE

Jornalismo de moda; Vogue Brasil; Análise comparativa; Transformação editorial; Midiatização da moda.

INTRODUÇÃO

A moda, longe de ser um mero conjunto de tendências efêmeras, constitui-se como um fenômeno complexo que articula economia, cultura, identidade e comportamento. Como destacam Luís André do Prado e João Braga em História da moda no Brasil: Das influências às autorreferências:

"até outro dia, a moda era, com preconceito ostensivo, vista como tolice de mulheres e afeminados fúteis. Para nós, é muito mais do que tramas, babados e fuxicos; envolve economia, desenvolvimento industrial, sensibilidade estética e comportamento"(PRADO, 2011) .

Este artigo analisa as mudanças no jornalismo de moda brasileiro, tomando como estudo de caso as edições impressas da Vogue Brasil de outubro de 2014 e outubro de 2024. O período de dez anos foi escolhido por abranger mudanças significativas no cenário midiático, incluindo o crescimento das redes sociais e a

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Estudos de Cultura Pop e Comunicação, evento integrante da programação do 25º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 26 a 28 de junho de 2025.

² Professor do Curso de Jornalismo da UFPB, email: dinarteb@gmail.com.

³ Estudante de Graduação 6º. semestre do Curso de Jornalismo da UFPB, email: vitoriasodre16@gmail.com.

evolução do consumo de mídia. A pesquisa busca entender como a Vogue Brasil adaptou sua linguagem, estrutura e abordagem editorial durante essa década.

A relevância do estudo está no papel da Vogue como um dos principais veículos de moda no Brasil, atuando não apenas como divulgadora de tendências, mas também como influenciadora do campo fashion. A análise comparativa permite identificar continuidades e mudanças no modelo editorial da revista, contribuindo para discussões sobre o futuro do jornalismo especializado em um cenário cada vez mais digital.

METODOLOGIA

Para compreender as mudanças no jornalismo de moda brasileiro, este estudo compara duas edições da Vogue Brasil com uma década de diferença: outubro de 2014 e outubro de 2024. A análise concentra-se em quatro eixos principais - capa, estrutura editorial, linha temática e representação de vozes - , revelando como a revista adaptou-se às transformações do mercado midiático e às novas demandas do público.

A pesquisa classifica a Vogue como periódico especializado, caracterizado por sua periodicidade regular, foco temático na moda como expressão cultural e público segmentado. Essa tipologia explica sua abordagem singular ao tratar a moda como sistema de significados. A análise comparativa das edições busca identificar continuidades e rupturas, considerando tanto aspectos materiais (formato, design) quanto discursivos (conteúdo, representações).

Reconhecendo o caráter polifônico e não neutro das fontes, o estudo adota estratégias para minimizar vieses, incluindo contextualização histórica. A metodologia integrada permite compreender como a revista se adaptou às transformações do mercado midiático e às novas demandas socioculturais ao longo da década analisada.

ANÁLISE DAS EDIÇÕES

A comparação entre as edições de outubro de 2014 e outubro de 2024 da Vogue Brasil revela transformações significativas no jornalismo de moda. A análise concentrou-se em quatro aspectos principais: capa, estrutura editorial, linha temática e representação de vozes. A edição de 2014 apresentava capas com manchetes utilitárias e modelos em segundo plano, enquanto a de 2024 adotou um design minimalista com foco exclusivo na atleta Rebeca Andrade, refletindo uma mudança de abordagem comercial para narrativa biográfica-simbólica.

Na estrutura editorial, observou-se redução de 378 para 154 páginas e de 86 para 38 colaboradores, com consolidação de seções em eixos temáticos mais amplos como "Sustentabilidade". As cartas das editoras mostram evolução clara: em 2014, Daniela Falcão abordava tendências como o normcore com foco comercial, enquanto em 2024 Paula Merlo discute conceitos como "sucesso" com abordagem mais reflexiva e pessoal. A representação de vozes também se diversificou, com maior variedade étnica, etária e de tipos corporais na edição recente.

DISCUSSÕES

A edição de 2014 representava o modelo utilitarista do jornalismo de moda, funcionando como catálogo sofisticado com seções fragmentadas e conteúdo voltado ao consumo imediato. Nesse período, as revistas impressas ainda detinham a primazia na divulgação de tendências, antes da consolidação das redes sociais como plataformas de moda.

Em contraste, a edição de 2024 assumiu papel de objeto cultural e plataforma narrativa, usando a moda como ponto de partida para reflexões sobre sociedade e identidade. Três mudanças principais se destacam: a adoção de temas unificadores como o "sucesso", o design minimalista que privilegia narrativas humanas sobre produtos, e a curadoria autoral que combina celebração e crítica. A redução no volume de páginas reflete uma redefinição do meio impresso como espaço para conteúdo aprofundado, em oposição à efemeridade digital.

A transformação mais significativa foi a mudança da moda como sistema autônomo para a linguagem cultural. A escolha de Rebeca Andrade para capa exemplifica essa abordagem, usando sua trajetória para discutir representatividade e resiliência. A Vogue passou assim de transmissora de tendências a intérprete cultural, analisando o que a moda revela sobre contradições e aspirações contemporâneas.

CONCLUSÃO

A análise comparativa das edições da Vogue Brasil (2014-2024) revela uma significativa transformação no jornalismo de moda, marcada pela transição de um modelo utilitarista para uma abordagem conceitual que entende a moda como linguagem cultural. Apesar das limitações metodológicas - como a escassez de dados

sobre tiragem em 2014 -, o estudo mostra como a revista se adaptou a três desafios principais: a crise do impresso, o crescimento do digital e a demanda por maior representatividade.

A edição de 2014, com conteúdo fragmentado e focado no consumo, refletia um ecossistema midiático pré-redes sociais. Já a versão de 2024, com design minimalista e temas unificadores como "sucesso", consolida a revista impressa como objeto de valor simbólico, distinto do conteúdo efêmero digital. A escolha da atleta Rebeca Andrade para capa simboliza essa mudança, demonstrando o compromisso da publicação com discussões sobre identidade e diversidade.

A transformação mostra que a Vogue impressa assumiu o papel de intérprete cultural, usando a moda como lente para analisar questões sociais. Contudo, essa reinvenção apresenta contradições: a redução de páginas e colaboradores revela tensões econômicas, enquanto o conteúdo mais especializado questiona o antigo papel democratizante da revista. Em conclusão, o jornalismo de moda representado pela Vogue redefiniu sua função, transitando do utilitarismo para uma abordagem cultural, mantendo relevância como espaço de reflexão sobre os significados sociais da moda.

REFERÊNCIAS

JOSÉ D'ASSUNÇÃO BARROS. **O jornal como fonte histórica**. [s.l.] Editora Vozes, 2023.

PRADO, Luis André Do ; BRAGA, João. **História da moda no Brasil**: Das influências às autorreferências. 2. ed. São Paulo: DISAL, 2011. 7 p. ISBN 978-85-7844-094-7.

Abit - **Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção**. Disponível em:
<<https://www.abit.org.br/cont/perfil-do-setor>>.

BORGES, V. T. **Com que roupa eu vou? o jornalista especializado como formador de opinião e agente de consagração no campo da moda**. *Mídia e Cotidiano*, v. 4, n. 4, p. 25-44, 2014. doi: 10.22409/ppgmc.v4i4.9706

DIXON, S. J. **Instagram - statistics & facts**. Disponível em:
<<https://www.statista.com/topics/1882/instagram/#topicOverview>>.

BEST, K. **The history of fashion journalism. London & New York: Bloomsbury Academic, 2017.**

ISABELA PÉTALA. **Quanto mais, melhor: conheça a tendência que está deixando as bolsas mais divertidas.** Disponível em:
<<https://vogue.globo.com/moda/noticia/2024/07/quanto-mais-melhor-conheca-a-tendencia-que-esta-deixando-as-bolsas-mais-divertidas.ghtml>>. Acesso em: 3 maio. 2025.

FALCÃO. Daniela. Editorial. Vogue Brasil, São Paulo, v. 434, p. 51, out. 2014

MERLO. Paula. Editorial. Vogue Brasil, São Paulo, v.550, p. 21, out 2024