ARTIGO ORIGINAL

MITRE, Maria Augusta da Silveira ^[1], MOTTA, Leda Tenório da ^[2]

MITRE, Maria Augusta da Silveira. MOTTA, Leda Tenório da. Os signos da moda nas capas da revista *Vogue America* no período de 1950 a 2000. Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento. Ano 06, Ed. 02, Vol. 05, pp. 84-112. Fevereiro de 2021. ISSN: 2448-0959, Link de acesso: <https://www.nucleodoconhecimento.com.br/comunicacao/signos-da-moda>

Contents

- RESUMO
- INTRODUÇÃO
- PAINEL 1 – DÉCADA DE 1950 – DE 1951 A 1960
- PAINEL 2 – ANOS 1960 (DE 1961 ATÉ 1970)
- PAINEL 3 – 1970 (DE 1971 A 1980)
- PAINEL 4 – ANOS 80 – DE 1981 A 1990
- PAINEL 5 – ANOS 1990 (DE 1991 ATÉ 2000)
- PAINEL 6 – ANOS 2000 (DE 2001 ATÉ 2010)
- CONCLUSÃO
- REFERÊNCIAS
- ANEXO
- APÊNDICE – REFERÊNCIAS DE NOTA DE RODAPÉ

RESUMO

O presente artigo dedica-se a fazer uma análise de imagens de capas selecionadas da revista *Vogue America*, dos anos de 1950 até os anos 2000. À luz do pensamento de Charles Sanders Peirce, e com a metodologia desenvolvida por Lucia Santaella sobre a semiótica peirceana aplicada, a análise é feita a partir de seis painéis compostos por capas representativas de cada uma dessas décadas, com o objetivo de mostrar que, através das imagens de cada década, é possível perceber o fluxo de mudança da moda ao longo do período estudado. O foco da análise está na observação do material imagético à luz das três

categorias universais de Peirce, quais sejam: a primeiridade, a secundidade e a terceiridade. Ficam claros, nos painéis, pontos de mudanças estéticas, desde palheta de cores próprias de uma época, até formas e silhuetas, destacando-se uma identidade própria de cada período. Por meio desta leitura semiótica, escancaram-se cores, formas, gestos, valores e outros signos evidentes e representativos da moda nos períodos estudados, neste veículo de mídia impressa de grande alcance, que é a revista *Vogue*.

Palavras-chave: Revista *Vogue*, moda, décadas, semiótica peirceana.

INTRODUÇÃO

No presente trabalho, nos dedicamos a realizar uma análise semiótica à luz da teoria de Charles Sanders Peirce, e também, a partir dos preceitos desenvolvidos por Lucia Santaella com seus estudos sobre a semiótica peirceana aplicada. A semiótica de Peirce traz um sistema que se funda na fenomenologia, portanto, na observação do *phaneron*, e nos ensina a enlaçar um olhar livre de conceitos anteriores sobre o fenômeno a ser analisado, de modo a auxiliar na compreensão de seus sentidos. A partir disso, e por causa da natureza do método, é possível desenvolver uma profunda interação com o objeto a ser analisado, seguindo a lógica de observação dos três níveis que o autor chamou de categorias universais, e que constituem os pilares da sua teoria dos signos: a primeiridade, a secundidade e a terceiridade.

Assim, para este trabalho nos dedicamos a identificar os signos estampados nos conjuntos imagéticos propostos, a partir de um olhar sistêmico sobre a moda das capas da revista *Vogue America*, dos anos de 1950 a 2010, observando aspectos como qualidades ali presentes, modelos, estilos, especificidades de vestuário de épocas, idiossincrasias dos gestos, composições tanto das roupas, quanto dos cenários, dos efeitos estéticos e das convenções expostas com o objetivo final de identificar de que forma as mudanças na moda são perceptíveis ao longo da segunda metade do século XX, e de que forma estão estampadas nestas capas.

As capas de *Vogue America* estão disponíveis através do projeto *Vogue Archive* (www.voguearchive.com), que se propôs a digitalizar cada página das *Vogue America*, desde

sua primeira edição em 1892. Desta feita, o material disponível pelo projeto também se mostrou interessante por trazer um registro periódico da moda, mensal no caso, e também pela própria natureza da mídia fotográfica representar a moda com bastante precisão, registrando seus momentos de vida (STEELE, 2010). Assim, o *corpus* deste trabalho será composto por seis painéis, com vinte capas cada, estas extraídas do total de capas de cada década, desde 1950 até 2010, abarcando justamente o meio do século XX, em que as mudanças no sistema da moda foram cruciais para a configuração da sua forma contemporânea. Este é também o período em que a revista passa a ser mensal.[3]

O método utilizado para as escolhas das capas de cada painel foi o seguinte: diante do que disponibiliza o site *Vogue Archive*, fizemos uma seleção de duas capas por ano, de forma aleatória. Por fim, obtivemos um total de vinte capas por década com as quais compusemos cada um dos seis painéis. Poderíamos optar por selecionar editoriais, outras fotos do interior das revistas, e até publicidade, uma vez que a fotografia de moda está por toda parte em *Vogue*, porém o conjunto de suas capas nos chamou especial atenção, pois, além de conter fotografia de moda, há um padrão de diagramação, composto por elementos semelhantes e com o logotipo sempre centralizado na parte de cima da página. É possível ver que tal padrão de diagramação vai se solidificando com o passar dos anos, e ainda, além da imagem, traz sempre pequenos textos, como títulos de matérias, algo sobre a modelo escolhida para figurar naquela capa ou até alguma informação de moda e comportamento. Este padrão nos pareceu um bom paradigma, pois assim poderemos comparar elementos semelhantes. A ideia de selecionar aleatoriamente duas edições de cada ano é fundamental para que se demonstrem as leis da moda majoritariamente vigente em cada período. Se trocássemos ou escolhêssemos outras capas, o resultado seria o mesmo.

A fotografias têm a capacidade “fixar” ou “capturar” a moda, que é efêmera por natureza, e um *corpus* como este, que nos oferece um claro padrão, nos permite realizar boas análises comparativas. Este congelamento – ou eternização – do momento que a foto nos oferece, permite-nos, então, analisar esta moda capturada e obter retratos precisos dos estilos que eram voga. A fotografia é a materialidade que nos devolve uma conexão dinâmica com o registro, indicando a realidade que passou, e mostrando no seu conjunto escolhido, um retrato dos movimentos da moda neste meio século específico. Para nossa análise, como já assinalado, traremos como metodologia de observação fenomenológica a semiótica triádica de C. S Peirce, extraída dos textos do autor e do livro *Semiótica Aplicada* de Lucia Santaella.

Para que possamos entender a semiótica peirceana fundamentada em sua filosofia, é preciso que entendamos primeiramente alguns de seus preceitos mais básicos para passarmos a entender outros conceitos derivados e mais complexos, pois é desta forma que seu pensamento se arquiteta, desde seus conceitos mais capilarizados até do seu edifício filosófico, mais geral.

Em uma tentativa de chegar na “unidade básica” ou na “equação simples” peirceana, para entender o que é basilar em Peirce, chegamos à constatação de que seu pensamento é triádico. Peirce desenvolveu, ao longo do trabalho de uma vida toda, três categorias gerais e universais que se aplicam a tudo e que permeiam todo o seu pensamento e filosofia, da qual decorre a semiótica. Para Peirce, na primeiridade, sua primeira categoria, está toda possibilidade, toda qualidade pura, o vago e o fugidio. Na secudidade, ou sua segunda categoria, há o existente, o que se traduz pelo aqui e o agora, a luta, o embate, o bruto. Na terceiridade, a terceira categoria peirceana, há o pensamento, a mente, as inferências, as conclusões, os hábitos e as leis.

A partir das três categorias, Peirce desenvolveu sua noção bastante abrangente de signo, entendendo que “signo é alguma coisa que representa algo para alguém” (SANTAELLA, 2012, p. 11). O signo faz uma mediação, é algo que está no lugar de outro de algo. Desta forma, Peirce viu, na sua definição de signo, novamente, o pensamento triádico aparecer: afinal para ele, o signo é uma relação triádica entre objeto, signo e interpretante, desenvolvendo, assim, sua teoria dos signos, na qual o objeto é aquilo que determina o signo, o signo é o mediador e o interpretante é o efeito do signo, que gera novos signos, dando continuidade a uma cadeia inesgotável de signos (ou interpretantes), num ciclo infinito e de crescente saber. Santaella esclarece onde se localizam as três categorias nesta relação triádica: “Peirce é muito enfático ao caracterizar o interpretante não apenas como um outro signo, mas também como um terceiro elemento da tríade (o fundamento do signo é o primeiro e o objeto é o segundo)” (2012, p. 65). E por isso, quando observamos imagens, como as dos nossos painéis, podemos depreender tantas coisas, inclusive inferir e concluir aspectos sobre a moda vigente de cada momento. A autora define mais uma vez signo: “Ser um signo é ser um termo numa relação triádica específica” (2012, p. 90). Para o autor, há tipos diferentes de signo, mas em comum entre eles é o fato de estarem sempre organizados em tríades que correspondem às categorias. Quando um signo inteiro (ou genuíno) age, sua ação ou semiose, consiste em gerar interpretantes na mente interpretadora, que são novos signos. E

estes geram, novamente, novos signos, o que resulta em uma cadeia interminável de geração de signos, reiterando o que vimos acima, Santaella a este respeito escreve: “O interpretante situa-se entre uma classe potencialmente infinita de antecedentes e uma potencialidade infinita de consequentes e funciona como uma regra geral para a passagem de uma classe infinita a outra” (2012, p. 89). O que nos permite compreender a ideia da geração e do crescimento de novos signos de maneira mais clara. A noção de semiose explicada por Noth e Santaella nos ajuda, ainda mais, a entender esta questão:

Este ponto da teoria de Peirce, ou seja, sobre a geração de novos signos, devemos dar a devida atenção: a esta teoria da continuidade dos signos, e do seu crescimento, Peirce batizou de sinequismo. Citando novamente Santaella “O interpretante é o significado do signo, ao mesmo tempo que se constitui em outro signo, o que redundará na já famosa afirmação peirceana de que o significado de um signo é um outro signo.” (2012, p. 65).

Hoje, a moda permite um mundo de signos muito mais largo do que o que ela foi no passado, como veremos nas imagens dos nossos painéis. Este esticar da sua corda das possibilidades nos parece uma tendência de comportamento e de estabelecimento da própria moda contemporânea. Portanto, seus significados se alargaram, cresceram. Veremos significados bastante diferentes, e mais complexos de forma que o crescimento dos signos se confirma com os exemplos e a aplicação da teoria peirceana.

Mas antes de passarmos as análises dos painéis montados, vamos a Roland Barthes, em *A Civilização da Imagem* (2005, p. 77), texto em que o autor registra uma ideia bastante interessante para a análise dessas capas compostas por texto e imagens. Barthes escreve que as imagens que estão no mundo não podem ser dissociadas do “logos”, ou linguagem, que as circundam e as acompanham, ele escreve: “o sentimento vívido que temos atualmente de uma ascensão das imagens leva-nos a esquecer que nessa civilização da imagem, a imagem, precisamente, nunca será, por assim dizer, privada de palavra (ortografia legendada, publicidade anunciada, cinema falado, histórias em quadrinho)” (2005, p. 79). Barthes não apenas identifica esta questão como a nomeia de civilização “logoicônica”, na qual o texto e a imagem caminham juntos, e para que possam formar significados mais completos precisam ser lidos juntos e não isoladamente. Ora, no presente estudo tratamos de analisar a moda vista e apreendida a partir das capas selecionadas,

numa busca por inferências que elas possam transmitir. Como assinalamos, cada capa não traz apenas a imagem da modelo, mas títulos, chamadas para algumas reportagens, e com isso o texto a ser analisado é composto por imagem e texto. É comum nas capas de *Vogue*, além do título que é um padrão bastante estático, apresentar alguma explicação sobre a modelo que posa para foto, quando esta é famosa, ou alguma informação de moda e comportamento, chamadas para reportagens que estão naquele número da revista. O texto de Barthes é do início dos anos 1960, com o passar dos anos, veremos que cada vez mais a capa trará mais texto, e que isso, como dissemos, também será parte do seu *design*. Esta composição é relevante pois veremos que assim como a complexidade material do texto vai tomando corpo, as imagens de moda vão apresentando composições mais complexas também, formando um todo que nos permite identificar algumas das mudanças históricas e de comportamento pelas quais a nossa sociedade foi passando.

Passaremos, então, à análise do *corpus*. Lembrando que os painéis serão tomados como um todo representativo de cada década informada, e também comparativamente entre eles. O objetivo maior é observar os efeitos de sentido dos conjuntos em cada década e, ao utilizar o que nos ensinam Peirce e Santaella, buscar compreender como caminhou o fluxo das mudanças da moda.

PAINEL 1 - DÉCADA DE 1950 - DE 1951 A 1960

Neste painel, começaremos apontando o que primeiro nos chama atenção: a coloração das imagens. Da ordem da primeira categoria, para observar as qualidades de cores e as relações entre elas, é necessário munir-se de um estado de abstração e deixar inebriar-se por elas. O vermelho, cor ousada, alegre e quente, assim como os amarelos vivos, também quentes, chamam bastante o olhar e convidam para uma sensação de calor e conforto. Há também, em oposição e com efeito de trazer um certo balanço e equilíbrio, uma marcante presença dos neutros como bege, cinza, preto e marrom. Tais cores compõem a cartela que predomina neste painel, sendo que a qualidade de vermelhidão se sobressai aos nossos olhos trazendo, além do quente da cor, a ideia de paixão e feminilidade, numa referência ao feminino construído de acordo com a cultura da época. Este jogo entre os tons do vermelho, ou a vermelhidão, e os neutros traz consigo uma atmosfera de classe, de finesse e de beleza da época. Assinala-se que este painel, de um modo geral, apresenta uma cartela de cores

mais limitada, na comparação com as demais décadas.

No que concerne a materialidade das fotos, encontramos também, no tipo de dessas imagens, informações a passar, mas aí já estamos às voltas com a segunda categoria: a secundidade. Nessa categoria, o tipo de nitidez, principalmente, o aspecto de ilustração que as capas desta década trazem se sobressaem, e parece ajudar a trazer um caráter de perfeição das imagens, já que no desenho encontramos também a ideia do idealizado. Acompanha esta qualidade de “desenho” certa opacidade em relação às demais décadas, que também tem a ver com a tecnologia das fotografias do momento. Claro que a questão tecnológica influencia, e esta materialidade não pode ser ignorada em uma análise semiótica, em que uma estética do desenho se firma trazendo a ideia do utópico, do perfeito, aquele tom do ideal. As cores e os tons dessas capas, nos permitem viajar pelo mundo das ilustrações vintage, e até voltar um pouco ao universo das *pin-ups*, das décadas anteriores, do qual Gil Elvgren foi uma das maiores expressões. Aquelas mesmas qualidades de imagem desenhada, com seus contornos perfeitos de beleza suave, estão presentes no painel, e marcaram a época.

Deixando as cores e suas implicações materiais, para entrar no mundo das formas presentes no painel, é imperativo um destaque à diagramação. No caso desse período, vemos que a fotografia da modelo ocupa a parte central da página e o logotipo da revista está na parte de cima, centralizado. Para nós, leitores contemporâneos, esta diagramação nos parece normal ou comum, porém isso nem sempre foi assim. Neste trabalho, não incluímos no *corpus* a análise de painéis mais antigos, embora, a capa de *Vogue* já tenha sido, no início de sua existência e até meados dos anos 1940, composta por ilustrações feitas por artistas e desenhistas, e traziam os mais variados modelos gráficos, inclusive no que se refere ao logo. Nos anos 1940 começamos a ver a introdução de fotografia e a substituição dos desenhos, porém, algumas das capas ainda são ilustrações ou pelo menos um híbrido entre foto e desenho[4].

O logotipo da revista apresentou marcantes variações desde o seu lançamento, e foi na década de 1940 que o logotipo, mais aproximado esteticamente daquele que hoje é o oficial, foi introduzido. Porém nesta década, ainda houve bastante variação e a diagramação não era uma constante como mais tarde, nos anos 1950, tornou-se, e que faz do nosso conjunto de imagens algo ainda mais apropriado para fins de comparação.

Interessante notar que em várias das fotos a composição da imagem se dá com a modelo da capa no centro e mais algum ou vários outros objetos cenográficos, como por exemplo malas, um telefone colorido, uma cadeira ou uma poltrona e até uma mesinha sugerindo um almoço fresco de verão. Um binóculo e um gatinho também podem surpreender ao compor o ambiente, além de ajudarem a dar o tom da década, criando assim os cenários do teatro da moda, e portanto, enfatizando seus significados por meio dos valores por trás de cada cena elaborada. Analisar este cenário, o que ajuda a compor a ideia que se quer apresentar na imagem, já nos transporta para o mundo das inferências, no qual para a semiótica de Peirce, está na categoria da terceiridade, vamos a elas.

As modelos, centralizadas na página, são comumente observadas em posições inclinadas, e passam a impressão de serem perfeitamente arrumadas e produzidas. O conceito de mulher que depreendemos ao observarmos estas imagens dos anos 1950 é de uma mulher *chic*, de classes abastadas, clássica, feminina, talvez lânguida, e também, uma mulher um pouco distante do leitor. Sempre de saias, estas modelos usam por vezes o francês *new look*, de Dior, inspirado nas românticas crinolinas, ou a saia lápis, modelo *jolie madame*, que já vinha da década anterior, delineando o corpo feminino. Há também vestidos, porém com os mesmos feitios e características dos dois modelos acima mencionados. Tudo colocado de uma maneira que traz um ar romântico que parecia ser próprio do mundo feminino – ou deveria ser, considerando a cultura da época. Essas modelos poucas vezes encaram o fotógrafo: os olhares, normalmente, neste painel que representa os anos 1950, dirigem-se mais ao longe, meio sem rumo, e são até um pouco delirantes.

De um modo geral, reinam aí nestas imagens a organização perfeita e a ordem, que parecem combinar perfeitamente com uma lei dos *looks* típicos desta década, perfeitamente compostos. Vemos que a roupa não variava muito, que vimos que a cartela de cores era limitada em poucas opções, veremos mais tarde como esta questão das cores irá se modificar e se mostrar bem nítida nas fotos das capas de *Vogue*. No visual das modelos, há uma quantidade considerável de peças para cabeças muito em voga também nesta década: chapéus imensos, ou pequenos, toucas e turbantes. Há algo de oriental nos chapéus maiores, e o chapéu de palha com abas largas, em estilo vietnamita, ganha grande *status* de moda, ao ser introduzido nas produções do *new look*.

Como se sabe da história da moda, nesta década, iniciou-se uma grande revolução no

sistema de fabricação e distribuição das roupas, com o nascimento do *prêt-à-porter*. É neste momento que se concretiza, com este novo modelo de negócios, a opção de uma compra com qualidade e design, e com um preço mais acessível para aquelas que não podiam consumir a Alta Costura. Esta nova oferta de roupas encontra um nicho que antes não fora explorado, e isso marca a virada em termos de viabilidade de consumo. Apesar de uma edição de *Vogue* ter sido dedicada ao *prêt-à-porter* já nesta década, vemos nos painéis, que a moda variará mais nos anos 1960 ao encontrar-se com a moda jovem vinda das ruas. Por enquanto, nos 1950 em *Vogue*, ainda estamos falando de uma moda mais elitizada, que faz mais referências à Paris e que tem leis bem claras.

Algumas das capas mostram modelos mais luxuosos, como um vestido de Balenciaga (novembro de 1951), com seu estilo inovador bem solto, ou outra que mostra um colar de pedras preciosas caríssimo (dezembro de 1960), porém a maioria das capas neste momento traz modelos de roupas menos suntuosas, como o *new look* e o *jolie madame* já apontados acima.

Voltemos às manequins. Observando a linguagem corporal delas, vemos que o gesto destas mulheres é suave, leve, apesar de as roupas apresentarem personalidade e serem bem estruturadas, elas lembram algumas das heroínas de Hitchcock que são mulheres fortes e loiras. Pouco cabelo à mostra por causa dos penteados e peças de cabeça, a maquiagem sublinha uma boca vermelha fina, contida, e uma pele alva. Os acessórios, além das peças para cabeça de que falamos acima, são, em sua maior parte, brincos colados à orelha, cintos para ajudar a formatar a cinturinha fina, que fica ainda mais fina com saia rodada tipo *new look*, e também com o *tailleur* de saia lápis, tipo *jolie madame*. Esta cintura de pilão, e a saia dez centímetros abaixo do joelho eram imperativos na década, lançados por Dior, portanto vindos da Alta Costura. Estamos diante de uma moda que tinha ainda o seu aspecto de coercibilidade tão forte que até medidas deste tipo eram obedecidas pelas mulheres da época, em nome da elegância e dos pudores. Neste período alguns dos nomes mais importantes e responsáveis por criar silhuetas são Dior, com o *new look*, talvez o mais emblemático; Balenciaga pela silhueta *sac*, toda solta; e ainda com a silhueta *jolie madame* de Pierre Balmain, Jacques Fath e Givenchy.

Grace Kelly, ao lado de Audrey Hepburn, musas do cinema, foram ícones de beleza e de moda dessa época, e protagonizam além dos filmes, capas das revistas. Veremos, que ao

longo da vida de *Vogue*, sempre haverá atrizes em suas capas. Isto, somado à pose inclinada que mencionamos acima, nos remete a Barthes que em *Mitologias*, escreve *O Ator de Harcourt*. Neste texto, ele fala sobre um famoso estúdio de fotografia parisiense que tinha como especialidade fotografar atores de cinema: “Na França, não se é ator se não tiver sido fotografado pelos Estúdios Harcourt. O ator de Harcourt é um deus; ele nunca faz nada: é captado em repouso” (2009, p. 26). Pois as capas da década de 1950 parecem também se enquadrar nessa consideração de Barthes, as modelos parecem estar em repouso, talvez já esbocem uma certa vontade de mostrarem-se mulheres mais dinâmicas, mas ainda é muito cedo para tanto. Barthes continua “[...] o ator de Harcourt não abandona de forma alguma o “sonho” pela “realidade”(2009, p. 27), as modelos das capas assemelham-se a atrizes, às vezes até são as próprias atrizes, e parecem mesmo transmitir mais uma atmosfera de sonho do que realidade, há uma qualidade que distancia a mulher da capa do leitor real da revista.

Neste painel, vimos que leis de uma moda majoritária e imperativa regularam a moda do período: uma determinada cartela de cores, algumas silhuetas, certos padrões de beleza, moda de acessórios bem presente, como os chapéus e as luvas. Assim, podemos concluir que, nesta década, há uma imagem “modelo”, uma unidade que forma o padrão da época.

PAINEL 2 – ANOS 1960 (DE 1961 ATÉ 1970)

Neste painel, veremos que a primeira qualidade, compondo elementos de primeiridade, a saltar aos olhos é a variedade de formas (através dos modelos de roupas) que lá estão. A gama de cores também se apresenta maior, já não há mais aquela unidade que víamos nos anos 1950. A cartela de cores, bem mais variada e ampla, não permite mais que se fale em predominância de uma ou outra, mas percebe-se que a liberdade da moda em utilizar as cores, inclusive as mais vibrantes, tornou-se maior. A qualidade fotográfica também sofre modificações, e as fotos aproximam-se mais de um aspecto real do que as fotos dos anos 1950, que lembram desenho e sonho.

Vemos que quanto à materialidade da diagramação, num nível segundo de acordo com Peirce, teremos o padrão com o logotipo já está consolidado: a modelo centralizada, logotipo acima da página, e texto ao redor. O texto nos anos 1950, era menos presente do que da década de 1960 em diante. Veremos.

Certas inferências, já na categoria da terceira idade, como um ar de jovialidade e juventude vem logo à mente, e é próprio do período. Cabelos soltos e volumosos, com maquiagens mais exuberantes marcam a década. Imediatamente, ao olharmos as modelos nestas capas, vemos que uma outra mudança ocorreu, relacionada ao gesto delas: os rostos agora nos encaram – à semelhança dos *closes* da *Nouvelle Vague*, vemos mulheres com um padrão de beleza bastante diferente do padrão da década anterior. Vemos formas, não apenas nas silhuetas das roupas que aparecem, mas também no penteado de cabelo, que traz mais volume e marca presença. Há elaborados coques assimétricos e outros penteados inusitados. Tudo parece ter se renovado em comparação com a década anterior tão contida, e um ar de novidade está presente com esses índices que se apresentam, que tornaram-se símbolos de uma década.

Há a centralização da mulher na capa, e a posição consolidada do logo, mas podemos verificar, nesta década, que as assimetrias estão muito presentes, inclusive para além dos penteados já indicados acima. Em uma comparação com a década anterior, há coisas “fora do lugar”, sendo subvertidas, o que antes não podíamos observar, que nos penteados e que mostram bem esse caráter inovador da década, que trouxe a cultura jovem da margem ao centro. No caso de *Vogue*, trouxe a jovem mulher, a qualidade da jovialidade, da excentricidade, da inovação que vem com a atmosfera das figuras escolhidas para estampar as capas.

Na década anterior, em quase toda a totalidade de capas, a mulher está retratada de corpo inteiro ou então, parte do corpo, o que nos permite ver os *looks* completos ou boa parte deles. Nos anos 1960, essa realidade muda. Com os rostos em *close*, o que permanecerá por muito tempo – até a década de 1990, as fotos não mostram minissaias ou calças compridas, porém, ao olharmos para o conjunto de capas, sabemos que elas estão lá, sugeridas por aquele entorno, são índices semióticos sutis, que servem de cenário para contextualizar a moda da década, apesar de não mais conter elementos diversos de peças de vestimenta e acessórios. Nada de cenário, o foco é no rosto das modelos.

Nos anos 1960, o apelo jovem que a revista trouxe foi visível. Atrizes de cinema como Sofia Loren, Audrey Hepburn, Barbra Streisand e a musa do *Love Story*, Ali Macgraw, figuram ao lado das modelos Twiggy e Veruschka. E assim como estas atrizes traziam uma explícita relação com a arte cinematográfica, vemos em uma das capas que há uma produção de

maquiagem e acessório que fazem referência direta à *op art* (setembro de 1964).

Há um ponto do texto de Barthes, *O Duelo Chanel Courrèges*, em que o autor trata de fazer uma descrição dos dois estilos, o antigo de Chanel e o novo de Courrèges através de uma análise das diferenças entre as mulheres que optam por ou por outro estilo. E ele escreve, opondo à mulher de Chanel, mais tradicional e mais velha: “vejam a mulher Courregès: ninguém pergunta o que ela faz, quem são seus pais, qual é sua renda; ela é jovem, necessária e suficientemente jovem.” (2005, p. 370). Barthes vai ao ponto mais importante da década de 1960, a juventude como valor, e isto está exposto no painel dessa década.

Quanto à coloração das capas, no universo da primeirade peirceana, temos algumas qualidades como brilhos, e também uma cartela de cores mais tropical e psicodélica – com verdes muito presentes, trazendo um clima jovem e mais vibrante. Quanto as formas, vemos menos chapéus, mas as cabeças ainda levam acessórios variados e elaborados, combinados com os penteados marcantes da época, fomentando, junto às cores, as molduras dos rostos da moda.

Em 1959 Emilio Pucci já preconizava este estilo jovem e colorido que seria típico desta década de 1960. Pucci com suas estampas bem características e alegres são, ao lado de Courrèges, Paco Rabanne e Pierre Cardin, nomes da década que simbolizavam esta moda nova: “O que demostram os macacões espaciais de André Courrèges, os vestidos metálicos de guerreiras do espaço de Paco Rabanne e até as roupas inspiradas em um psicodelismo aberto para o cósmico é, se não uma fé cega em um futuro melhor, [...]” (MONNEYRON, 2007, p. 117). Mais ainda do que moda jovem, os anos 1960, influenciados pela corrida espacial, queriam prever o futuro através da moda. Veremos modas antecipadas em décadas anteriores, e também a citação do passado com a moda *vintage*, que começará ficar mais forte depois dos anos 1990 em diante.

A moda antecipa, mas a moda também cita, como nos ensina Benjamin. E assim é interessante também, trazer à baila um outro aspecto da moda dos anos 1960: sua relação com a moda dos anos 1920. Os anos loucos serviram de inspiração para o que se usou nos *swinging sixties*. Aquela silhueta sem cintura marcada da mulher andrógina dos anos 1920 volta, claro que de uma maneira diferente, mas mantendo este aspecto reto. O vestido *Mondrian* lançado em 1965 (BLACKMAN, 2011, p. 216), por Yves Saint Laurent é um belo

exemplo, um signo completo dessa nova cara que a silhueta tubinho ganha. E Twiggi, a modelo britânica, ao lado, apesar de bem distinta de outras belezas como a da modelo alemã Veruschka, foi um dos rostos mais expressivos de época, com seu estilo andrógino, cabelo bem curto e o corpo muito magro: marcou a segunda metade dos anos 1960. (BLACKMAN, 2011, p. 223). O estilo de Twiggi lembra também o andrógino dos anos 1920, a moda dos cabelos *à la garçonne*, e está presente nesse período em *Vogue*.

PAINEL 3 – 1970 (DE 1971 A 1980)

No painel 3, no que se refere às cores presentes, portanto, dentro do universo da primeira categoria da semiótica de Peirce, podemos dizer que há uma explosão delas. Impossível delimitar alguma cartela de cores, pois a variedade é grande neste quesito, a qualidade do multicolor marca este painel. Percebe-se que cada vez mais, acompanhando a qualidade de impressão da fotografia, temos também a qualidade de brilho nas fotos que permite ao leitor uma visualização mais nítida, e nesta década esta nitidez já se mostra bastante presente, e colabora para o resultado final com o *close* das modelos da capa, deixando tudo bem mais próximo do real. Assim, multicolor e brilho são as qualidades presentes e que mais chamam a atenção no quesito cartela de cores.

A proporção dos rostos somados aos cabelos das modelos parece ser maior em relação à década passada, parece também tomar conta de quase todo o espaço da capa. Quanto ao *close*, o que chama muito a atenção nesta década, é que agora este parece ser um novo elemento e pertencer àquela fórmula de diagramação típica das capas de *Vogue*. A beleza dos rostos e dos cabelos, parecem assim, receber ainda mais destaque, fazendo com que haja um ar de lei nesse novo modo de representar. São as leis da moda se manifestando no quesito beleza.

Vejam, nesta década toda continuaremos a ver o *close* dos rostos das modelos e não os seus corpos e *looks*. Junto com esses rostos em detalhe, olhares que encaram o leitor marcam presença. Somados aos simpáticos sorrisos, que também parecem obrigatórios, chamam o leitor a entrar num *tête-a-tête* com a beleza e com a moda. Pode-se dizer que, nesta década toda, em que a revista de moda *Vogue* privilegiou em suas capas não a moda-vestimenta, mas os lindos rostos das modelos, estamos diante de uma apologia à beleza

física, que será mais do que uma constante em Vogue, uma nova obsessão, e assistiremos, mais adiante: esta apologia não se restringirá apenas ao rosto, mas também, cada vez mais ao corpo todo.

Além desses rostos que nos encaram bem de perto, temos um cabelo que, com algumas exceções, ocupam bastante espaço nas fotos. Esvoaçantes, com ondas não muito naturais, porém leves, mas que proporcionam uma sensação de que foram retocados ao vento, esses penteados são a marca do período. As loiras estão mais loiras, à semelhança da pantera Farrah Fawcett, musa já da televisão.

Modelos e atrizes continuam, lado a lado e, protagonizando as capas, teremos as belezas da época como Elizabeth Taylor, Sofia Loren novamente, Cher que também aparece algumas vezes, entre outras.

Por causa do *close* dos rostos, já não vemos mais tantos detalhes de roupas, mas apenas fragmentos, bem substantivos, do que fora a moda da época. Um pedaço de uma alça de um vestido, uma gola, um lenço, muita presença de acessório para pescoço, e colares também figuram, são índices semióticos. Através destes fragmentos, podemos ler a moda do período, e identificar certas características. A beleza da época requer lábios delgados e marcados com batom nos tons de rosa e vermelhos menos vivos, mais tímidos.

Apesar de nas capas de *Vogue* não encontrarmos ainda muita referência ao *hippie*, há alguns elementos, como a flor na camisa de Cher, na edição de fevereiro de 1975 que nos faz mediantemente conectar com a nova moda da contracultura. A importância das roupas na expressão simbólica de valores é facilmente percebida com alguns exemplos, como o orientalismo que invadiu a era *hippie* dos anos 1970. Vejamos o que Monneyron diz:

Criação de costureiros, na versão *prêt-à-porter*, ou criação espontânea da rua, a moda *hippie* do final dos anos 1960 oferece uma primeira ilustração, quase ideal dessa tentação oriental. Embora feitos de peças heterogêneas, os trajes dos hippies imitaram bastante os do Marrocos como os do Afeganistão e da Índia. Ora o que denotam os caftãs, os sarreus marroquinos, as camisas e os vestidos indianos ou mantôs afegãos que surgem então é essa comunhão e essa espiritualidade que uma geração em revolta contra os valores do mundo ocidental

(seu individualismo e seu materialismo em primeiro lugar) busca nos misticismos orientais [...] (2007, p. 110).

O autor continua sua digressão sobre o assunto e diz:

Enquanto as roupas indianas ou marroquinas da moda *hippie* surgem como os símbolos das opções filosóficas e sociais de uma época, o casaco com gola Mao toma uma dimensão mais política. [...] Uma posição ideológica que se expressa através de uma gola emblemática - [...] (2007, p. 110)

Com efeito, as roupas sempre trazem seus signos, e no caso desta moda *hippie* isso é bem claro. Vimos com Monneyron que os valores transcendiam o uso das roupas, e isso foi bem marcante nesta década, que já preparava o terreno para as tribos que irão se consolidar nos anos 1990, lembrando que neste momento, a moda já deixava se ser unívoca e advinda apenas da Alta Costura, para seguir os caminhos que as ruas mostravam.

Podemos perceber no conjunto destas capas que não há mais tanta apologia ao *chic* dos anos 1950, e sim algo mais solto, casual, algo que conecta mais com a mulher real, como ela vivia seu cotidiano naquele período. Isso será a tendência da revista, e a da moda, claro.

PAINEL 4 - ANOS 80 - DE 1981 A 1990

Os anos 1980 foram anos muito marcantes para moda e o seu painel não poderia ser diferente. Logo numa primeira análise, uma profusão de cores fortes quentes, como vermelhos saturados, e rosas *pink* chamam atenção dos nossos olhares. O uso de alguns contrastes fortes, como vermelho com azul, rosa *pink* com azul cyan, verde com vermelho também marcam presença. A cartela é bem mais gritante e saturada que as cores presentes painéis passados, porém também vemos alguns tons pastel. Todas as cores são possíveis, mas a grande preferência é pelos tons fortes, saturados e com brilho.

Dourado e prateado, nos novos tecidos e materiais que surgiam, ao lado dos acessórios em acrílico e plástico, é fácil constatar que o artificial deu o tom da década, somada às texturas possíveis. O leve sorriso dos anos 1970 deu lugar a um diálogo mais sério, ou até mais dramático, com o leitor. Em algumas capas, claro, há sorrisos, mas a exagerada risada

aparece pela primeira vez nesta década. Há uma dramaticidade em algumas das fotos e as poses das modelos passam mais atitude, uma mulher que encara e que até gargalha, que se impõe.

Esta constatação vem de encontro com o que ocorria com o posicionamento das mulheres no mercado de trabalho, nos anos 1980. Vejamos:

A partir de 1979, seguindo as propostas de criadores como Thierry Mugler, Azzedine Alaïa na França, Calvin Klein e Donna Karan nos Estados Unidos, ou ainda Giorgio Armani na Itália, as mulheres redescobrem o uso cotidiano do *tailleur*-saia usado com scarpins de salto alto. Será a roupa típica das *career women*, que, depois das primeiras lutas do feminismo, encaram sua vida profissional sem abandonar os sinais exteriores de feminilidade. (BOUCHER, 2010, p. 443)

As famosas ombreiras que eram voga na época, também lembram a silhueta masculina mais triangular, e apesar de nas capas dos anos 1980, por causa da diagramação que privilegia as faces das modelos em *close*, não termos acesso pelas fotos às ombreiras e ao restante das produções, não faltam elementos nas respectivas capas para vermos que se trata daquela década. Os signos que ali estão representam muito bem as direções da moda extravagante da época, bem como seus novos caminhos.

Esta fórmula diagramática dos *closes* que ainda vigorava nesse período, vai se modificando no final da década, e começamos ver que a foto irá abarcar maior parte dos corpos também, como abarcou nos anos 1950, porém completamente diferente, com outra abordagem.

Nos anos 1980, a moda se apropria de materiais mais diversos e nas produções das capas da revista vemos alguns deles, isso nota-se facilmente ao atentarmos para os brincos e colares que lá estão ajudando a compor o *look* sempre extravagante dessa década. Calanca descreve os anos 1980 e explica esta qualidade que chamou de “neobarroca”:

Qualidades como o excesso, a desmedida, o acúmulo, o poliformismo eclético, a instabilidade, e a perda de interesse permitem definir a moda no final dos anos 1980 como neobarroca, e para essa definição contribui, sem dúvida, a propensão ao artifício, ao inautêntico, ao falso. Esse componente está presente em muitas

tendências e se manifesta tanto no uso de materiais sintéticos, com os falsos répteis, o couro falso, as falsas peles, tecidos elásticos, acessórios em plexiglas ou em falso metal, como na cenografia teatral dos desfiles. (CALANCA, 2011, p. 190)

A variedade, tanto a advinda do *pret-à-porter*, quanto a das subculturas, fazia-se presente. Na capa de *Vogue* dessa década, vemos muitas referências aos cabelos ao estilo *punk* (dezembro 1986) por exemplo. Há também uma roupa com referência ao estilo gótico (edição de novembro de 1988). A difusão da moda já toma proporções bem maiores nesta década: “Desde o início dos anos 1980, de fato, a distinção entre alta costura e *prêt-à-porter* ficou ainda mais reduzida, até se difundir com o que se convencionou chamar de criação;” (MONNEYRON, 2007, p. 47).

A esta altura, também a Alta Costura bebia da fonte das ruas, no movimento que o *bubble up*, ou *trickle up* confirmava-se, e a moda apesar de ter tido ainda uma unidade, ou certas características que a moldaram nos anos 1980, já começa a atingir um grau de liberdade com o surgimento das tribos. Boucher diz: “No início dos anos 1980, a noção de *chic* e de *look* substituiu a ideia obsoleta de elegância. Modos diferentes de se vestir coexistem às dezenas, desde os mais defasados aos mais convencionais.” (2010, p. 444).

A unidade que vemos nesta década já não traz aquela organização típica que os anos 1950 deixam claros, e são menos suaves do que os 1960 e os 1970. Temos ainda uma moda forte, que predomina com suas características “neobarrocas” e com ondas, modas como Boucher esclarece: “Como num movimento convulsivo que subverte as tendências, alguns tipos de roupas consistem em breves entusiasmos reveladores de uma estação: o sarouel lançado pelos criadores para o verão de 1981, as calças knickers, para o inverno de 1981, os robe de chambre informais, os fuseaux do inverno de 1984....” (2010, p. 443). Porém, por outro lado, temos as subculturas emergindo com bastante autoridade, na próxima década vamos vê-las de forma diferente, pois a quantidade de estilos que convivem tornará quase tudo possível, uma moda muito mais abrangente em formas, cores e estilos e possibilidades.

PAINEL 5 – ANOS 1990 (DE 1991 ATÉ 2000)

Nos anos 1990, percebemos logo a um primeiro olhar que o exagero de elementos que

compunham o *look*, e que era característico da década anterior não está mais presente da mesma forma. A primeira impressão, é que aos poucos, os padrões de estética se suavizaram, e se “acalmaram” em relação aos 1980.

O painel de capas é, nesta década, multicolorido e bem heterogêneo. Definitivamente, não se identifica claramente, como nas décadas passadas – apesar da complexidade dos anos 1980, nem um estilo nem uma moda predominante que caracterize o período. O que vemos é um painel difuso, que apresenta variedade de estilos e que não tem mais aquela organização, ou aquela lei que se encontrava nos demais anteriores.

A diagramação continua a mesma, logotipo acima, e modelo no centro, textos ficam nos espaços vagos entre a figura da modelo e a margem da página, porém como percebemos já no final da década passada, os *closes* não mais são um imperativo, e os corpos das modelos também ganham destaque, ao serem fotografadas como um todo. Ao mostrarem-se mais corpos, mostram-se também alguns cenários. Estes, que haviam desaparecido no início da década de 1960, voltam a fazer parte das capas de *Vogue*. O painel reflete um outro momento do mundo, um momento de mais heterogeneidade e de mais possibilidades, em que vários estilos convivem. Vestidos, casacos, jaquetas, chapéus, decotes variados desde um “V”, um tomara-que-caia, uma alça só, canoa e até a golinha mais fechada são possíveis.

A maquiagem é suavizada em relação à maquiagem que foi moda nos anos 1980. Quase que na totalidade das capas, a maquiagem reduz-se a apenas à pele a batom, os olhos não são coloridos nem muito maquiados com lápis ou delineadores, e os cabelos se alisaram, perderam definitivamente o estilo armado dos barrocos 1980.

Bem variada, a moda aqui, de um modo geral, ainda tem uma qualidade de suavidade bem diferente também dos anos 1980, e talvez seja a “marca” dos anos 1990, pois veremos a seguir, que na próxima década, isso também se modificou.

A moda agora não era uma peça ou outra, um estilo ou outro. A moda tomou uma proporção e complexidade, baseada na liberdade de escolha que se torna cada vez maior. Não há mais uma moda predominante, o que predomina é a moda de possibilidade, e Monneyron escreve a respeito da *Vogue* francesa, o que é verdadeiro também para a *Vogue* americana:

Quando uma revista com a *Vogue*, pelo menos em sua versão francesa, desde o início dos anos 1990 renuncia, em sua capa, a coleções com sua improvável quinta-essência e prefere enumerar todas as opções (mini, longo, masculino, couro, quadrado, largo, colorido, etc.), mostra bem a ausência de um modelo feminino dominante. (2007, p. 28)

Um outro aspecto que é forte na moda deste período é a releitura (o retrô) e o *vintage*. Sobre a moda contemporânea e suas inspirações em modas passadas, Monneyron diz que ela é “exímia em procurar inspiração nas formas indumentárias do passado ou para imaginar como serão as modas do futuro”, e diz que este movimento tanto de voltar no tempo, quando de buscar o futuro, esconde uma “vontade de se refugiar” em valores de outras épocas. (2007, p. 116).

A moda retrô, trazendo diversos estilos do passado consolida-se nos anos 1990, e junto com as novas ondas e modismos da década, ajudam a compor este painel de possibilidades que temos à nossa volta, já que agrega ainda mais padrões (aqueles do passado), à moda dos anos 1990:

O filão retrô dos anos 1990 que invadiu maciçamente a moda merece ser considerado de modo geral com uma fuga do presente.” Ele diz “[...] tudo aquilo que pudesse fazer esquecer um cotidiano insuportável, não deixa de parecer uma busca desesperada de evasão e de sonho. (MONNEYRON, 2007, p. 117).

Monneyron a respeito da ideia da utilização do retrô uma fuga do real diz:

Ocultar o significado da roupa antiga para guardar apenas o significante é, aliás, uma operação particularmente apreciada na década de 1990. [...] as modas históricas expressam apenas, como vimos, um desejo de fuga do presente, elas têm tendência a se esvaziar dos valores que elas mesmas pareciam veicular, e que muitas vezes não significam mais nada. E quando o significado não é ocultado, seu sentido inicial é pelo menos desviado, modificado. (MONNEYRON, 2007, p. 118)

O autor faz uma análise dos significados de algumas retomadas, como por exemplo a

crinolina recriada por Christian Lacroix, as anquinhas utilizadas por Vivienne Westwood, espartilhos de Jean-Paul Gautier, Mugler e Mac Queen, que adquiram uma ressignificação com suas utilizações contemporâneas, inclusive indicando os valores opostos aqueles do século XIX. (2007, p. 118).

Voltando às capas desta década, não podemos deixar de mencionar que foi a década em que as supermodelos internacionais, tais como Linda Evangelista, Claudia Schiffer, Cindy Crawford e Naomi Campbell firmaram-se, e o termo *top model* virou moda. Há, também, atrizes de cinema, como Rene Zellweger, por exemplo. Para compor o quadro das modelos desta década, bem no final dos anos 1990, surge a brasileira Gisele Bündchen, em início de carreira (edição de julho de 1999).

PAINEL 6 – ANOS 2000 (DE 2001 ATÉ 2010)

Finalmente, chegamos ao nosso último painel e ao observarmos as capas que compõem os anos 2000 percebemos novamente mudanças em relação à década passada. Aquele mundo de possibilidades que se abriu nos anos 1980, e que se consolidou, nos 1990, é cada vez maior. Se na década anterior, já podemos depreender esta qualidade, agora ela fica evidente. Calça *jeans* e camiseta, modelos mais leves, outros mais românticos com florais, tecidos fluidos, curtos ou longos, tecidos estruturados e mais pesados, também participam dessa festa do incerto. Identificam-se diversos estilos, e até mesmo o *vintage hippie* entre eles, com a edição de outubro de 2005 que estampa Gwyneth Paltrow. Em outra capa, de abril de 2005, temos a também atriz de cinema americano Drew Barrymore com um vestido de alta costura e um leão atrás, lembrando as produções de cunho oníricas que Diana Vreeland costumava fazer nos anos 1960, quando estava à frente da revista e coordenava os editoriais.

Aquela “suavidade em geral” e algumas poucas leis que conseguimos distinguir no painel dos anos 1990 não podem mais ser encontradas neste painel. A moda mudou suas características e agora o que predomina é o estilo, e apesar de haver modas, ondas e tendências, elas não têm exatamente a mesma força de coercibilidade que tinham antes.

Aliás, se as modas atuais são apropriadas para definir um *look*, elas podem

também, por falta de um modelo dominante, manifestar certo número de tendências, não imediatamente perceptíveis, porém latentes. E a partir daí desenvolvem-se rapidamente nas profissões e moda, ou ligadas à moda, escritórios de tendências que se encarregam precisamente de delimitá-las, identificá-las e prevê-las. (MONNEYRON, 2007, p. 48)

É interessante como nesta década podemos identificar os estilos passados em releituras das modas passadas, que trazem consigo um *glamour* já passado e até meio nostálgico. O uso destes recursos, mais do que expressar uma fuga da realidade ou algo ligado ao sonho como quer Monneyron, talvez seja a busca em “recuperar aquela lembrança” do que foi a moda um dia. Certamente há uma complexidade maior em todo o sistema da moda hoje, neste mundo povoado por imagens, mundo da mídia, mundo de intercâmbios, onde as informações circulam com velocidade alta e aceleradíssima. Toda esta era da informação e da rapidez influenciou também a fotografia de moda:

A partir de meados dos anos 1960 e, especialmente, nas duas últimas décadas, tornou-se mais difícil caracterizar a fotografia de moda: a pluralidade de temas e abordagens circunda a apresentação das roupas, as quais ficam, muitas vezes, em segundo plano; há uma ênfase no conceito que direciona o editorial em detrimento dos detalhes da vestimenta. (BONADIO; DE MATTOS, 2011, p. 107)

Nesta década, esta questão dos cenários mostra-se definitivamente presente. Num sinal de que realmente a moda ultrapassou qualquer barreira e está em toda parte, como disse Lipovestky, não basta apresentar a moda de roupas através da produção da modelo, é preciso colocá-la num cenário, num ambiente para ajudar a construir aquela atmosfera que se deseja, e que pode ser qualquer uma! A moda de possibilidades produz esse efeito: tudo é possível.

A observação do conjunto de todos os seis painéis nos permite dizer, após uma leitura de cada um deles como um todo, que ano após ano a moda caminha em direção a mudanças mais frequentes. Colocando os painéis lado a lado, vemos que pouco a pouco a moda vai tomando uma proporção de complexidade cada vez maior, com mais modelos, mais peças variadas. A moda contemporânea é uma moda híbrida, na qual não encontramos limites para seus materiais nem suas composições, proporcionando um grau de escolha para o indivíduo

muito maior do que em qualquer outro momento até então.

Vemos que, nos anos 1950, quase que durante toda a década temos algumas informações de moda que formam um padrão. O mesmo ocorre com os anos 1960, mas já com alguma diversificação. A mudança de padrão de mulher e de beleza dos anos 1950 para os 1960 é nítida. Nos anos 1970, identificamos ainda também os padrões, e nos oitenta também. Porém dos anos 1990 em diante, não vemos mais padrão, e sim a falta dele. Há um *pout-pouri* de modas, ondas, estilos e tendências que não permite mais rotular essas décadas com algum nome que sirva a um padrão, e sim a um não-padrão. Nem em relação ao aspecto de beleza, nem de modas das roupas, ou maquiagem temos algo que podemos entender como único, retrato da década. Talvez haja o “padrão do culto ao corpo”, e o desejo de mantê-lo jovem, mas isto já adentra numa outra questão e seria objeto para um outro trabalho. Invocando o pós-moderno de Lyotard, que Lipovetsky chamou de Hipermodernidade, Calanca traz a seguinte questão:

A juventude se impôs como novo cânone de imitação social. O *look* juvenil é o novo centro propulsor da imitação. Culto da juventude e culto do corpo caminham juntos e chama constantemente a atenção sobre o Eu, exigem auto-observação narcisista, obrigam a estar informados sobre as novidades e a usá-las. (CALANCA, 2011, p. 206)

Daniel Roche, historiador de moda, diz que a roupa lhe “parece ser uma maneira de pensar o sensível”, e ainda que “as funções da roupa só podem ser entendidas em termos de comunicabilidade” (2007, p. 513). Diz ainda sobre este mesmo aspecto da moda, que para ele é filha do luxo (2007, p. 518): “O luxo e a moda exibem seu poder, sua linguagem enlouquece, contribuindo para a confusão dos códigos, a erosão do significado e a dificuldade de definir distinção.” (2007, p. 514) Apesar das palavras do autor estarem ligadas mais a uma moda do século XIX, nos parecem verdadeiras também para a moda contemporânea.

Numa moda de possibilidades, mais democrática – por causa de seus preços, fragmentada e híbrida, o aspecto da comunicação torna-se cada vez mais importante, uma forma de expressão do Eu e uma pequena forma de usar a liberdade criativa que está latente e ao nosso alcance, e de poder enfim através dela escolher expressar-nos ou até não expressar

nada.

CONCLUSÃO

Por meio de uma análise fenomenológica, baseada na semiótica peirceana aplicada dos signos estampados nas capas de Vogue, pudemos percorrer sessenta anos de moda e junto das imagens, compreender o clima de cada década. Não se trata de simplificar o objeto, muito menos de simplificar a moda e pensá-la como algo estático. Mas sim, entender que a fotografia de moda nos permite capturar o fugidio e o efêmero de cada tempo nos fornecendo dados para reconstituição de um passado simbólico fixado na história, mas que está presente no imaginário da própria moda o tempo todo, num processo de semiose crescente.

O estudo da nossa sociedade sob a ótica da moda implica compreender o contexto histórico de mudanças importantes que colaboram para o desenvolvimento do fenômeno como o conhecemos hoje. Junto com os signos, e as especificidades de cada década analisada, vimos a capacidade de comunicação que a moda carrega em sua essência e como esta capacidade foi potencializada na moda contemporânea e fragmentada de tal modo que permite maior liberdade nas escolhas dos indivíduos em relação ao o que e como irão usar. Este caráter de comunicabilidade, ou seja, a capacidade que temos em expressar-nos através da escolha de nossos trajes, acaba por gerar sobre o nosso corpo imagens de moda que estão a todo momento permeando o cotidiano em sociedade.

Sabemos que o fluxo da moda se acelerou, e trouxe junto com a esta aceleração, mais pluralidade também, e pudemos ver isso nos painéis. Uma moda mais pulverizada, com um mundo maior de combinações possíveis, e que está estampado no último dos painéis é o retrato de uma moda híbrida, difusa, uma amálgama complexa, que caminha em vários ritmos e várias direções ao mesmo tempo, uma verdadeira moda de possibilidades. Assim como os signos citados por Peirce, os signos da moda também se expandem, e alcançam muito mais significados, mostrando sua capacidade de expressar a complexidade do tempo. O gesto bastante marcado e reconhecido culturalmente como feminino, em meados do século XX, e que traz ainda uma rigidez ancestral da mulher no primeiro painel, nada tem a ver com o gesto das supermodels das últimas décadas do milênio. A mulher rígida dos anos

1950 estampa toda a cultura em torno da imagem da mulher na época em que o *prêt-à-porter* estava sendo ainda afirmado e estabelecido. Já nos anos 1990, o gesto é muito mais à vontade, muito mais solto, posturas variadas compõe a imagem da mulher da capa. Pois é justamente neste ponto que Peirce nos auxilia pensar a ação, ou a atividade dos signos presentes nestas capas que vão se modificando e se multiplicando, num processo de semiose infinita da moda.

REFERÊNCIAS

- BARTHES, Roland. Inéditos vol. 3: imagens e moda. São Paulo: Editora Martins Fontes. 2005.
- _____. Mitologias. Rio de Janeiro: Editora Difel, 4ª edição, 2009.
- BENJAMIN, Walter. Passagens. Belo Horizonte: Editora Oficial – UFMG. 2006.
- BLACKMAN, Cally. 100 Anos de Moda. São Paulo: Editora Publifolha, 2011.
- BONADIO, Maria Claudia e MATTOS, Maria de Fátima da S. Costa G. de. História e Cultura de Moda. São Paulo: Estação das Cores e Letras Editora, 2011.
- BOUCHER, François. História do Vestuário no Ocidente. São Paulo: Cosac Naify, 2010.
- CALANCA, Daniela. História Social da Moda. São Paulo: Editora Senac, 2011.
- LIPOVETSKY, Gilles. Os Tempos Hipermodernos. São Paulo: Editora Barcarolla, 2004.
- _____. O império do Efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia de Bolso, 2009.
- LIPOVETSKY, Gilles e ROUX, Elyette. O Luxo Eterno: da Idade do Sagrado ao Tempo das Marcas; Editora Companhia das Letras, 2005.
- MONNEYRON, Frédéric. A Moda e seus Desafios – 50 questões fundamentais. São Paulo: Editora Senac, 2007.

NOTH, Winfried e SANTAELLA, Lucia. Introdução à Semiótica: passo a passo para compreender os signos e a significação. São Paulo: Paulus, 2017.

ROCHE, Daniel. The History of Everyday Things – The Birth of Consumption in France, 1600-1800. Cambridge: Cambridge University, 2000.

SANTAELLA, Lucia. A Teoria Geral dos Sinos. Como as linguagens significam as coisas. – São Paulo: Editora Cengage Learning, 2012

_____. Semiótica Aplicada. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005.

VOGUE. Disponível em: www.voguearchive.com

ANEXO

Painel 1

Os signos da moda nas capas da revista Vogue America no período de 1950 a 2000

Painel 2

Os signos da moda nas capas da revista Vogue America no período de 1950 a 2000

Painel 3

Os signos da moda nas capas da revista Vogue America no período de 1950 a 2000

Painel 4

Os signos da moda nas capas da revista Vogue America no período de 1950 a 2000

Painel 5

Os signos da moda nas capas da revista Vogue America no período de 1950 a 2000

Painel 6

Os signos da moda nas capas da revista Vogue America no período de 1950 a 2000

APÊNDICE – REFERÊNCIAS DE NOTA DE RODAPÉ

3. A revista *Vogue*, no início de sua existência, era semanal, depois passou a ser quinzenal, e finalmente, nos anos 1950, mensal. (www.voguearchive.com)

4. Tivemos acesso a todas as capas através do *Vogue Archive*, e da forma como é apresentado no site, é possível fazermos uma comparação entre os anos.

^[1] Mestre. Doutoranda (2017 – atual) em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP, mestre (2016) em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP, graduada (2003) em direito pela PUC-SP.

^[2] Orientadora. Doutorado em Semiologia Literária.

Enviado: Janeiro, 2021.

Aprovado: Fevereiro, 2021.