



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO**

**TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

**ISABELA SOUZA VALLE CARDOSO LOPES**

**PROJETO GRÁFICO DO LIVRO VOGUE & MET GALA**

Grandes Momentos

**RIO DE JANEIRO**

**2024**

ISABELA SOUZA VALLE CARDOSO LOPES

**PROJETO GRÁFICO DO LIVRO VOGUE & MET GALA: Grandes Momentos**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Escola de Serviço Social da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de bacharel em Comunicação Visual Design.

Orientador: Joana Contino

Coorientador: Nair de Paula Soares

**RIO DE JANEIRO**

**2024**

## CIP - Catalogação na Publicação

S74v Souza Valle Cardoso Lopes, Isabela  
Vogue & Met Gala: Grandes Momentos / Isabela  
Souza Valle Cardoso Lopes. -- Rio de Janeiro, 2024.  
31 f.

Orientadora: Joana Contino.  
Coorientadora: Nair De Paula Soares.  
Trabalho de conclusão de curso (graduação) -  
Universidade Federal do Rio de Janeiro, Escola de  
Belas Artes, Bacharel em Comunicação Visual Design,  
2024.


1. Met Gala. 2. Design Editorial. 3. Moda. 4.  
Costume Institute. 5. Metropolitan Museum of Art.  
I. Contino, Joana, orient. II. De Paula Soares,  
Nair, coorient. III. Título.

ISABELA SOUZA VALLE CARDOSO LOPES

## Vogue & Met Gala: Grandes Momentos


Trabalho de conclusão de curso apresentado à Escola de Belas Artes da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Visual Design.

Aprovado em: 12 de agosto de 24

Documento assinado digitalmente  
 **JOANA MARTINS CONTINO**  
Data: 21/08/2024 10:13:16-0300  
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>


---

Joana Contino (orientadora)  
CVD/EBA/Universidade Federal do Rio de Janeiro

Documento assinado digitalmente  
 **NAIR DE PAULA SOARES**  
Data: 22/08/2024 08:06:05-0300  
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

---

Nair de Paula Soares (coorientadora)  
CVD/EBA/Universidade Federal do Rio de Janeiro

Documento assinado digitalmente  
 **IRENE DE MENDONCA PEIXOTO**  
Data: 21/08/2024 09:44:26-0300  
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

---

Irene Peixoto (membro da banca)  
CVD/EBA/Universidade Federal do Rio de Janeiro

## RESUMO

O presente trabalho tem como propósito apresentar um estudo sobre o *Met Gala*, evento de gala beneficente anual realizado pelo *Costume Institute* e que acontece no *Metropolitan Museum of Art*, e sua relação direta com a moda. Através de uma produção gráfica este projeto visa aprofundar o conhecimento dos leitores brasileiros sobre o tema e explorar o mercado editorial nacional no ramo da moda, cujas publicações não são abundantes. Este trabalho aborda a história completa do evento, desde o seu surgimento, em 1948, sua relação com o *Metropolitan Museum of Art*, em Nova Iorque, os principais nomes que ficaram à frente de sua direção ao longo dos anos e que transformaram o evento no fenômeno que é hoje, e qual a sua importância para o mundo da moda e o seu legado. A coleta de dados foi feita majoritariamente por meio de pesquisas iconográficas e textuais *on-line* e materiais de acervo. A análise destes materiais resultou na produção de um livro de mesa sobre a história do *Met Gala* e suas edições anuais.

**Palavras-chaves:** *Met Gala*, *Costume Institute*, *Metropolitan Museum of Art*, Moda, Editorial.

## **ABBSTRACT**

The present academic work seeks to present a research about the Met Gala, an annual haute couture fundraising festival held for the benefit of the Metropolitan Museum of Art's Costume Institute. Through an editorial and graphic design project this work aims to deepen the Brazilian readers' knowledge. Furthermore, it also has the purpose to explore the national fashion editorial market, a field that is lacking in Brazil. This academic work addresses the full event's history, its creation, in 1948, and importance, its connection with the Metropolitan Museum of Art and the main personalities that were and are head of its direction, making it the success it is nowadays. Data collection was carried out mainly through online iconographic and textual research and archive materials. This analysis resulted in a production of a hardcover book about the Met Gala.

**Keywords:** Met Gala, Costume Institute, Metropolitan Museum of Art, Fashion, Editorial

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>Introdução .....</b>	<b>7</b>
<b>2</b>	<b><i>Met Gala</i> .....</b>	<b>8</b>
2.1	Visão geral .....	8
2.1.1	<i>Costume Institute</i> .....	9
2.1.2	<i>The Metropolitan Museum</i> .....	11
2.2	Anna Wintour .....	11
2.3	Convidados .....	12
2.4	Temática (exposições, <i>red carpet</i> , arquitetura e roupas) .....	12
<b>3</b>	<b>A Moda .....</b>	<b>15</b>
<b>4</b>	<b>Mercado Editorial e <i>A Vogue</i> .....</b>	<b>19</b>
<b>5</b>	<b>O Projeto .....</b>	<b>21</b>
5.1	Estruturação e Textual .....	21
5.2	O Produto .....	22
<b>6</b>	<b>Conclusão .....</b>	<b>26</b>
<b>7</b>	<b>Referências Bibliográficas .....</b>	<b>27</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Este trabalho foi desenvolvido em cima a partir do estudo feito sobre o *Met Gala*, um evento de gala beneficente que surgiu na primeira metade do século XX. O evento que arrecada fundos para o *Costume Institute*, departamento do *Metropolitan Museum of Art* ocorre anualmente e marca a abertura de uma nova exposição no museu.

O *Met Gala* é o maior evento de moda da atualidade, sendo dirigido por Anna Wintour e acompanhado mundialmente. A participação nele é algo desejado por todos que buscam se destacar nesse ramo. Assim, este projeto busca traduzir de maneira verbal e gráfica a grandiosidade deste evento, facilitando, para o público brasileiro, o aprofundamento no tema.

O evento se inicia na escadaria do museu, com a chegada dos convidados. Este é o único momento televisionado para o público, e consiste basicamente em um desfile de moda. As celebridades cruzam o tapete vermelho vestindo roupas de marcas renomadas, em geral de Alta Costura, e o design de suas peças segue um código de vestimenta que conversa com o tema do evento e da exposição em cartaz. Após esse momento, os convidados entram no museu onde são conduzidos por um tour, sendo os primeiros a ver a nova exposição.

Neste contexto, buscando dar destaque e facilitar o acesso ao tema, a autora escolheu a produção editorial como veículo para difundir seu estudo. Este meio foi selecionado devido à sua escassez no mercado nacional, onde quase não vemos produções editoriais de moda deste tipo. Assim, este material, ao final, terá não só cumprido com o propósito de explorar e explicar o *Met Gala*, como também possibilitará que o público interessado tenha acesso a uma obra nacional, escrita em português e com preços correspondentes a uma produção interna, que não teve que ser importada.



## 2 MET GALA

### 2.1 Visão geral

O *Met Gala* surgiu em 1948 como um evento de caridade criado pela jornalista de moda e responsável pelo lançamento da Semana de Moda de Nova Iorque, Eleanor Lambert, tendo como intuito angariar dinheiro para o (na época, recém-fundado) *Costume Institute*. O evento, que acontece sempre na primavera, celebra a abertura da nova exposição anual no museu, e seu tema segue a temática da exposição. Na ocasião, o anúncio da festa beneficente rapidamente se espalhou e ele logo se tornou “o evento do ano” no mundo *fashion*.

O *Costume Institute* foi criado pela produtora de teatro, Irene Lewisohn, e pela designer cenográfica, Aline Bernstein. Inicialmente, recebeu o nome de “*Museum of Costume Art*”, tendo como propósito criar uma vasta coleção de figurinos na qual os designers pudessem buscar por inspirações ao longo dos anos.

O primeiro *Met Gala* foi um jantar realizado em dezembro de 1948. Desde a data de sua criação até o ano de 1971, o evento não tinha um local fixo, ocorrendo em lugares como *Central Park*, *Rainbow Room* e *Waldorf Astoria*.

O evento foi organizado por grandes nomes, e chegou à forma atual em 1972, sob comando da até então diretora chefe da *Vogue*, Diana Vreeland. Diana foi também responsável por fundir o “*Costume Institute*” ao “*Metropolitan Museum of Art*”, local onde hoje ocorre o *Met Gala*.

Atualmente, o evento é dirigido por Anna Wintour, atual Diretora Chefe da *Vogue*. Ocorrendo na primeira segunda-feira de maio, o *Met Gala* tomou proporções gigantescas, sendo a noite em que o mundo da moda interrompe suas atividades para poder acompanhar o evento, e conta com a presença de grandes nomes e marcas. A *Forbes* relata que o *Met Gala* já arrecadou mais de \$175 milhões de dólares para o *Costume Institute* (Widjojo, 2022).

De acordo com a revista de moda *Elle*, o que realmente ocorre dentro do evento da segunda-feira mais importante do mundo da moda não é exposto ao público geral. O evento preza pelo não uso de telefones e redes sociais, apenas a *Vogue* tem a liberação para fazer os registros da noite, apesar de algumas fotos já terem sido publicadas por famosos em alguns anos.

A principal atração da noite é o tapete vermelho, que ocorre na escadaria do *Metropolitan Museum*, e é o único momento televisionado e transmitido para o público. Os convidados chegam em carros e vans junto de sua equipe para ajustes finais antes de sua entrada no evento. Já nos degraus do museu as celebridades se encontram e posam para fotos antes de adentrarem o lugar, muitos chegam a posar junto dos designers das marcas que estão vestindo.

Os convidados são conduzidos por um tour exclusivo pela exposição anual, que ainda será aberta ao público geral. Após visitarem as áreas do museu, eles se reúnem em um ambiente comum onde assistem a um show ao vivo de um artista pré-selecionado para aquele ano e aproveitam um cardápio cuidadosamente escolhido.

Desde 2002, como consta no site oficial do museu, o *Met Gala* conta com o suporte financeiro do *Friends of The Costume Institute*, uma sociedade formada por convidados específicos que pagam uma taxa anual de \$12.000, ajudando o departamento a manter o nível de sua coleção renomada mundialmente. Este grupo, em troca da ajuda, conta com uma série de benefícios, como acesso a todas as áreas do museu e às coleções, com direito à visitação privada e *tour* pelos bastidores, convites para eventos e concertos sediados no museu e até visitas a estúdios de designers, como Prabal Gurung, Proenza Schouler e Oscar de la Renta.

### 2.1.1 *Costume Institute*

Segundo o site do *Metropolitan Museum of Art*, o *Costume Institute* apresenta uma coleção de mais de 30 mil peças de vestuário, com arquivos de todos os gêneros, faixas etárias e etnias desde o século XV até o presente momento.

O instituto começou sua história em 1937 como *Museum of Costume Art*. Nove anos depois, em 1946, buscando investimento financeiro e suporte da indústria da moda, o *Costume Institute* se fundiu com o *Metropolitan Museum of Art*, também conhecido como *Met Museum*. A partir de então, o instituto se tornou um departamento de curadoria do museu, organizando uma ou duas exposições por ano. Assim, dois anos depois de sua criação, o *Met Gala* foi a forma que o *Costume Institute* encontrou para arrecadar dinheiro e se manter por conta própria dentro do museu.

Diana Vreeland ficou à frente da direção do instituto de 1972 a 1989, ano de sua morte. Vreeland foi responsável por promover grandes exposições como: *The World of Balenciaga* (1973), *The Glory of Russian Costume* (1976), e *Vanity Fair* (1977).

No documentário *Diana Vreeland: The Eye Has to Travel*, grandes nomes da época, não só da moda, mas de outras áreas como do jornalismo, da fotografia, e dos filmes (como Diane Sawyer, Ottavio Missoni, Pierre Bergé, Manolo Blahnik, Calvin Klein) e membros de sua família dão aos espectadores um panorama de sua vida. A produção também faz uso de imagens de arquivo da própria Diana.

“Só existe uma vida magnífica, é a vida que você sabe o que quer e realiza você mesmo” (Diana, 2012). Diana Vreeland atingiu grandes realizações ao longo de sua vida, mas sua infância não foi fácil. Sua relação com a mãe era conturbada, sendo mencionado no documentário que sempre foi tratada como o “patinho feio” (tradução da autora). Ela não teve uma formação acadêmica, e, enquanto viva, alegava que seus ensinamentos vieram da vivência no mundo.

Vreeland foi uma mulher romântica e sonhadora que nasceu na França da Belle Époque, em 1903. Esse movimento surgiu no final do século XIX, após o fim da Guerra Franco-Prussiana, e durou até 1914, com o início da Primeira Guerra Mundial. Foi um período de paz na Europa, que possibilitou um grande avanço tecnológico, intelectual e artístico, e teve a França como “Capital Cultural” do continente. Foi nessa época que Paris passou a ser reconhecida como “Cidade Luz”, e que ocorreram diversas reformas para a melhoria da cidade, inclusive a construção da Torre Eiffel.

Entretanto, Diana só entrou realmente no mundo da moda mais tarde, um pouco antes da Crise de 1929, quando conheceu Thomas Reed Vreeland, seu marido, e se mudou para Londres. Nesta época, Coco Chanel já era um grande nome na moda e amiga pessoal de Diana Vreeland. Seu primeiro negócio foi uma marca de *lingerie*, ainda em Londres. Com essa marca, Diana brincava que “havia derrubado o monarca inglês”, visto que Wallis Simpson, mulher por quem Edward VIII, rei da Inglaterra, abdicou do trono para poder casar, havia encomendado três vestimentas em sua loja para um final de semana que os dois passariam juntos logo no início de sua história como casal (Diana, 2012).

Na primeira metade do século XX, Diana Vreeland se mudou para Nova Iorque, onde recebeu da revista *Harper's Bazaar* sua primeira oferta de emprego. A editora-chefe da revista era Carmel Snow, e as duas se conheceram em uma noite de festas no hotel *St. Regis*. Vreeland vestia Chanel e Snow a elogiou por seu estilo, oferecendo a ela o emprego com base na crença de que Diana teria uma grande noção de moda, Diana logo veio a se tornar editora de moda da revista.

Ainda na *Harper's Bazaar*, a editora de moda não só vestiu o presidente dos EUA, John F. Kennedy, e sua mulher, como também garantiu à revista a primeira entrevista do casal após a vitória na eleição para presidente (Diana, 2012).

Na segunda metade do século XX Diana foi trabalhar para *Vogue*, desenvolvendo na revista um grande senso de curiosidade, abordando não só a moda, como a arte como um todo, a música, clubes noturnos e a sociedade dos anos 1960, uma sociedade revolucionária e inovadora.

Em 1966, seu marido Thomas faleceu e alguns anos depois Diana foi demitida da *Vogue*. Estava com 70 anos, mas ainda não queria se aposentar, foi quando foi convidada a ser consultora do *Metropolitan Museum of Art*. Na época o *Costume Institute* não tinha o reconhecimento que apresenta hoje. O instituto realizava apenas a função de estudar as peças do acervo e conservá-las.

Como já mencionado antes, Diana Vreeland não teve uma vasta educação acadêmica, mas, como é citado no documentário (Diana, 2012), seu diferencial era conhecer o mundo da moda e nele se aventurar de maneira criativa e solta, sem as limitações criadas pelo academicismo. Assim, com Vreeland no comando, a dinâmica foi alterada; ela queria que o material fosse exposto e que o público pudesse ter acesso a ele. A primeira exposição foi *The World of Balenciaga*, 1973.

Atualmente, a coleção do instituto conta com peças doadas por colecionadores, designers e público de modo geral, sendo hoje uma das maiores e mais abrangentes coleções da moda ocidental.

Entretanto, a coleção completa não fica permanentemente aberta para o público, visto que, a longo prazo, sofrendo uma alta exposição, os tecidos iriam se deteriorando e as peças seriam perdidas (The Met, 2010). Dessa forma, pensando na preservação das peças, o *Costume Institute* conta com um departamento de conservação.

### 2.1.2 *The Metropolitan Museum of Art*

A história do *Metropolitan Museum of Art* se inicia na França de 1866, quando um grupo de cidadãos estadunidenses, visitando o país e inspirados pela cultura local, decide criar um instituto/galeria nacional de arte, cujo objetivo seria educar a sociedade americana. De volta aos EUA, o grupo se reuniu com homens de negócios, banqueiros e artistas e deu início ao museu.

Localizado hoje no Central Park, em Nova York, o *Metropolitan Museum of Art* foi fundado em 1870 e aberto ao público dois anos depois, em 1872, quando o museu recebeu três coleções completas da Europa, totalizando 174 obras. Atualmente, sua enorme coleção abrange culturas do mundo inteiro e mais de 5 mil anos de história. Dividido em 17 departamentos, conta com acervo permanente e exposições temporárias, sendo um dos museus mais visitados do mundo e cenário de diversas produções cinematográficas.

Além de sua vasta coleção, categorizada como uma das maiores e melhores do mundo, o *Met* também conta com eventos e programas educativos para todas as faixas-etárias, muito destes acompanhando as exposições em cartaz. De acordo com o site oficial do museu, as atividades variam de *workshops* a passeios e visitas guiadas, palestras e exibições de filmes.

## 2.2 Anna Wintour

Anna Wintour nasceu em 3 de novembro de 1949, em Hampstead, bairro de Londres. Desde pequena já foi inserida no mundo da imprensa e do jornalismo por conta de seu pai, Charles Wintour, renomado editor do jornal britânico *Evening Standard*.

O contato de Anna com o mundo da moda veio desde sua infância, quando sua avó, que morava nos Estados Unidos, a enviava exemplares da *Seventeen*, uma revista nova-iorquina destinada ao público adolescente que falava de beleza, moda e entretenimento em geral. Aos 15 anos, arrumou seu primeiro emprego em uma boutique.

Com apenas 21 anos, em 1970, Wintour assumiu o cargo de assistente editorial na *Harper's & Queen*, empresa originada da fusão da *Harper's Bazaar* do Reino Unido com a *Queen*, outra revista britânica. Cinco anos depois, se mudou para Nova Iorque, onde trabalhou como editora júnior, ainda na *Harper's Bazaar*.

Anna começou a ser reconhecida no mundo da moda e do jornalismo na década de 80, na *New York Magazine*. Em 1983 assumiu o cargo de diretora criativa da *Vogue* Americana e, em 1985, se tornou editora chefe da *Vogue* Britânica, onde alcançou grandes conquistas, elevando a qualidade das publicações da revista e ganhando a fama de “uma chefe complicada”.

Ao final dos anos 1980, buscando elevar o nível da *Vogue* Americana de forma a se destacar perante a concorrência (a *Elle*, revista francesa, acabara de chegar nos Estados Unidos), Anna Wintour chegou ao cargo pelo qual é reconhecida até hoje, editora chefe da *Vogue* US. Anos depois, sob sua direção, a revista teve a maior edição de uma revista mensal já publicada, com 832 páginas, segundo o site oficial da própria *Vogue*.

Em 1995, em paralelo ao seu trabalho na *Vogue*, Wintour chegou à presidência do *Met Gala*. Segundo Harold Koda (curador chefe do departamento do *Met Museum*) no documentário *The First Monday In May*, “o *Met Gala* foi a invenção de um pequeno grupo de profissionais da área da moda; Anna Wintour tem elevado o nível, especialmente na questão financeira, chegando a arrecadar 120 milhões de dólares apenas para o departamento” (tradução da autora).

### 2.3 Convidados

No primeiro *Met Gala*, o jantar realizado em dezembro de 1948, o ingresso custava \$50 dólares (Bowles, 2020, p.7). Entretanto, o evento é exclusivo, não basta ter o dinheiro do ingresso, que encareceu desde a sua criação. Atualmente, o valor dos ingressos varia entre \$30.000 e \$50.000 por pessoa. Já as mesas, compradas pelas marcas para levar seus convidados, custam de \$75.000 a \$250.000, variando de acordo com o tamanho da marca e de sua relação com o time da *Vogue*.

O “*invite*” para o *Met Gala* passa por um grande crivo, tendo, a lista final, que ser aprovada pela Anna Wintour. Para ter acesso ao *Met Gala* o indivíduo precisa fazer parte de grupos específicos da sociedade; é necessário ser uma grande celebridade (político, atleta, influenciador digital de destaque, ator, cantor), trabalhar no evento ou na *Vogue*, estar envolvido romanticamente com um grande convidado ou ser um patrocinador.

### 2.4 Temática (exposições, *red carpet*, arquitetura e roupas)

A partir de 1973, o *Met Gala* passou a ser um evento temático; e, a cada ano que se seguiu, um tema era escolhido devido a sua importância e representatividade no mundo *fashion*. Abaixo está apresentada a relação dos temas e de seus anos, e cada um destes será explorado de maneira aprofundada no projeto gráfico.

- a. “O Mundo de Balenciaga”, 21/03/1973;

- b. “Anos 10, 20, 30: Roupas Inventivas: 1909-1939”, 12/12/1973;
- c. “Design romântico e glamoroso de Hollywood”, 20/11/1974;
- d. “Mulheres Americanas de Estilo”, 10/12/1975;
- e. “A Glória dos Trajes Russos”, 06/12/1976;
- f. “Vanity Fair: Um Achado de Tesouros”, 12/12/1977;
- g. “Diaghilev: Trajes e Designs do Ballets Russes”, 20/11/1978;
- h. “Modas da Era Habsburgo: Áustria-Hungria”, 03/12/1979;
- i. “O Dragão Manchú: Trajes da China, a Dinastia Chi'ng”, 09/12/1980;
- j. “A Mulher do Século XVIII”, 09/12/1980;
- k. “La Belle Époque”, 06/12/1982;
- l. “Yves Saint Laurent: 25 Anos de Design”, 05/12/1983;
- m. “Homem e o Cavalo”, 03/12/1984;
- n. “Trajes da Índia Real”, 09/12/1985;
- o. “Dança”, 08/12/1986;
- p. “Com Estilo: Celebrando 50 Anos do Costume Institute”, 07/12/1987;
- q. “De Rainha à Imperatriz: Vestido Vitoriano 1837-1877”, 05/12/1988;
- r. “A Era de Napoleão: Trajes da Revolução ao Império, 1789-1815”, 04/12/1989;
- s. “Théâtre de la Mode - Bonecas Fashion: A Sobrevivência da Alta-Costura”, 03/12/1990;
- t. “Moda e História: Um Diálogo”, 07/12/1992;
- u. “Diana Vreeland: Estilo Imoderado”, 06/12/1993;
- v. “Orientalismo: Visões do Oriente em Trajes Ocidentais”, 05/12/1994;
- w. “Alta-Costura”, 04/12/1995;
- x. “Christian Dior”, 09/12/1996;
- y. “Gianni Versace”, 08/12/1997;
- z. “Cubismo e Moda”, 07/12/1998;
- aa. “Estilo Rock”, 06/12/1999;
- bb. “Jacqueline Kennedy: Os Anos da Casa Branca”, 23/04/2001;
- cc. “Deusa: O Modo Clássico”, 28/04/2003;
- dd. “Ligações Perigosas: Moda e Móveis no Século 18”, 26/04/2004;
- ee. “A Casa de Chanel”, 02/05/2005;
- ff. “AngloMania: Tradição e Transgressão na Moda Britânica”, 01/05/2006;
- gg. “Poiret: Rei da Moda”, 07/05/2007;
- hh. “Super-heróis: Moda e Fantasia”, 05/05/2008;
- ii. “A Modelo como Musa: Incorporando Moda”, 04/05/2009;
- jj. “Mulher Americana: Moldando uma Identidade Nacional”, 03/05/2010;
- kk. “Alexander McQueen: Beleza Selvagem”, 02/05/2011;
- ll. “Schiaparelli e Prada: Conversas Impossíveis”, 07/05/2012;

- mm. “Punk: Caos à Alta-costura”, 06/05/2013;
- nn. “Charles James: Além da Moda”, 05/05/2014;
- oo. “China: Através do Espelho”, 04/05/2015;
- pp. “Manus x Machina: Moda em uma Era de Tecnologia”, 02/05/2016;
- qq. “Rei Kawakubo / Comme des Garçons: A Arte do Meio”, 01/05/2017;
- rr. “Corpos Celestiais: Moda e Imaginação Católica”, 07/05/2018;
- ss. “Camp: Notas sobre Moda”, 06/05/2019;
- tt. “Sobre o Tempo: Moda e Duração”, 04/05/2020;
- uu. “Na América: um Léxico da Moda”, 13/09/2021;
- vv. “Na América: Uma Antologia da Moda”, 02/05/2022;
- ww. “Karl Lagerfeld: Uma Linha da Beleza”, 01/05/2023.

### 3 A MODA

Segundo o filósofo francês, Lipovetsky (1987, p.20) “a moda não pertence a todas as épocas nem a todas as civilizações: essa concepção está na base das análises que se seguem.”, De acordo com o autor, em seu livro *O Império do Efêmero*, a moda pode ser dividida em duas partes:

A primeira parte tem por objeto a moda no sentido estrito, a *fashion*, e cobre mais de seis séculos de história. A segunda analisa a moda em suas múltiplas redes, dos objetos industriais à cultura midiática, à e da publicidade às ideologias, da informação ao social, e aplica-se a uma duração histórica muito mais curta, a das sociedades democráticas voltadas para a produção-consumo-comunicação de massa. (Lipovetsky, 1987, p. 8)

Apesar de ser possível analisar o evento como um todo por ambas as vertentes, o intuito desta seção é analisar de forma técnica como a moda surgiu, se desenvolveu e se comportou até a criação das grandes “*maisons*”, e como isso culminou na criação de um evento de moda como o *Met Gala*. A questão da moda como objeto social, político e ideológico não será analisada aqui.

Na aula de “Cultura, história e comportamento de moda” do *Instituto Europeo di Design*, ministrada pela professora Débora Caramaschi, foi discutido “o que é cobrir o corpo”, qual a diferença da roupa em si para uma roupa de moda, os motivos que levaram o homem a colocar um tecido em cima de seu corpo pela primeira vez na história (sendo os principais pudor, proteção e adorno) e o que mudou depois disso.

Nos livros *Breve História da Moda* e *O Império do Efêmero* é possível ter um panorama das mudanças socioeconômicas, políticas e religiosas que ocorreram na Europa Ocidental ao final da Idade Média que favoreceram o desenvolvimento da moda como é conhecida hoje.

Evidentemente não é possível compreender o aparecimento da moda sem ligá-la a um conjunto de condições gerais próprias à Europa ocidental depois do ano 1000. Condições econômicas e sociais do momento, certamente, mas também, a um nível mais subterrâneo, esse fato maior representado pela suspensão das invasões, dos invasores de fora. Com o fim das devastações e das pilhagens bárbaras, o Ocidente vai conhecer uma imunidade que não se reencontra em quase nenhuma outra parte do mundo. Fenômeno de consequências consideráveis, não apenas para o desenvolvimento econômico posterior, mas sobretudo para o impulso da civilização inteira, que já não sofrerá rupturas provenientes de forças estrangeiras em seu solo cultural: as guerras europeias serão múltiplas e destruidoras, mas se farão sempre em família, em redoma de vidro, dizia Marc Bloch. (Lipovetsky, 1987, p. 57)

Nas questões sociais e político-econômicas, é o fim do crescimento medieval, o cenário apresentado traz a fome, as guerras, as epidemias e “o abandono das terras e dos trabalhos agrícolas pelos camponeses provocou o enfraquecimento econômico do grande senhorio rural” (Lipovetsky, 1987, p. 59). Com isso e com o crescimento urbano, a rígida divisão social (clero, nobreza e plebe) começa a se desfazer. “Com o desenvolvimento das cidades e do comércio, a burguesia começa a prosperar, impulsionada pelo progresso tecnológico e pelo contato entre diferentes regiões” (Pollini, 2016). Com este acúmulo de riqueza nas mãos desta nova classe, a burguesia passou a ter condições de pagar pelos



luxos que antes eram apenas da nobreza. “Nestas condições favoráveis, a moda cresceu em sofisticação e as suas mudanças se tornaram cada vez mais frequentes.” (Pollini, 2016).

Já no âmbito divino, as pessoas começaram a questionar Deus; não no sentido da fé em si, mas aprendendo a separar o domínio religioso das questões lógicas, valorizando a razão. Tal questão se fortaleceu a partir do século XVIII, com o desenvolvimento do Iluminismo e seus ideais, com filósofos como Rousseau, Voltaire e Montesquieu. No plano pessoal, o individualismo passou a ser uma noção valorizada, e a liberdade se tornou essencial para o desenvolvimento da sociedade como um todo.

Foi neste cenário, ao final da Idade Média, início do Renascimento, que a moda pôde se estabelecer. E, a partir daí, podemos dividi-la em 4 momentos: Moda Aristocrática (linha histórica do tempo e conceito da moda), A Moda dos Cem Anos (trazendo o conceito da Alta Costura), Moda Aberta (roupa de confecção, *prêt-à-porter*, *ready to wear*) e Moda Consumo (moda unissex, conceito de grife, tecnologia na moda, *fast fashion* e moda e sustentabilidade) (IED, 2023). Neste trabalho, será feita uma análise de como a Moda dos Cem Anos e a Moda Aberta (englobando um período que vai de aproximadamente o início do século XIX até meados do século XX) criaram um cenário que possibilitou a criação do *Met Gala*.

Entre os séculos XVIII e XIX ocorreram duas revoluções que foram de extrema importância para o fortalecimento da moda.

De 1789 a 1799 a Europa se deparou com o cenário da Revolução Francesa que foi responsável por derrubar a monarquia absoluta e acabar de vez, na França, com os privilégios restritos à nobreza. Por sua vez, a burguesia que ainda buscava formas de chegar à política, apesar de seu precedente crescimento econômico, atingiu finalmente esse objetivo, ganhando voz dentro de um governo monárquico constitucional e garantindo seus interesses. No campo da moda, “a Revolução pôs fim ao uso exclusivo das roupas” (Pollini, 2016), as leis suntuárias desaparecem e a nobreza perde o benefício do luxo exclusivo.

A Revolução Industrial, datada de 1760 a 1840, aproximadamente, não só tornou a produção de tecidos mais rápida como também aumentou sua disponibilidade no mercado e, conseqüentemente, reduziu seus preços. Além disso, com o surgimento das indústrias e dos grandes maquinários surge uma nova divisão do trabalho, favorecendo a especialização das funções realizadas por cada indivíduo. Este foi um período de “exaltação do trabalho como forma de virtude” e “ênfase no materialismo e no individualismo” (Pollini, 2016). E foi neste contexto que a moda ganhou ainda mais força.

Além da Revolução Francesa, uma outra revolução também em curso seria determinante para o desenvolvimento da Moda: a Revolução Industrial. Em 1767, James Hargreaves inventou uma fiandeira mecânica que fiava vários fios de uma só vez (...) em 1785, Edmund Cartwright desenvolveu o tear mecânico (Pollini, 2016).

Até então, ao longo desses anos de história da moda, os costureiros e os artesãos não tinham ingerência sobre a vestimenta desenvolvida; de acordo com Lipovetsky (1987), eles eram apenas

executantes dos desejos de seus clientes. Os alfaiates, por sua vez, apesar de não serem reconhecidos na sociedade, foram capazes de gerar mudanças na moda, ainda que de maneira anônima. Mas foi a partir da “Moda Dos Cem Anos” que o costureiro e modelista se tornou o artista de suas obras e, junto com este reconhecimento, este profissional foi promovido socialmente.

A Alta Costura de um lado, inicialmente chamada Costura, a confecção industrial de outro - tais são as duas chaves da moda de cem anos, sistema bipolar fundado sobre uma criação de luxo e sob medida, opondo-se a uma produção de massa, em série e barata, imitando de perto ou de longe os modelos prestigiosos e griffês da Alta Costura. Criação de modelos originais, reprodução industrial: a moda que ganha corpo se apresenta sob o signo de uma diferenciação marcada e, matéria de técnicas, de preços, de renomes, de objetivos, de acordo com uma sociedade ela própria dividida em classes, com modos de vida e aspirações nitidamente contrastados (Lipovetsky, 1987, p. 87).

Entre 1857 e 1858 o costureiro inglês, Charles-Frédéric Worth, funda, na *rue de la Paix* em Paris, sua própria casa (*Maison*), dando início ao que, futuramente, no século seguinte, seria chamado de Casas da Alta Costura, adotando os padrões de criação e exibição conhecidos nos dias atuais.

Alta Costura lançou-se em um processo de rupturas, de escalada, de mudanças profundas, que a tornam aparentada, a despeito de sua não linearidade, de suas reviravoltas, de suas "voltas atrás" (o New Look de Dior), à vanguarda. (Lipovetsky, 1987, p. 104)

Já no século XX, mais fortemente entre as décadas de 50 e 60, novamente são as transformações que ocorrem na sociedade que possibilitam a transição da “Moda dos Cem Anos” para a “Moda Aberta”.

Em sua realidade profunda, essa segunda fase da moda moderna prolonga e generaliza o que a moda de cem anos instituiu de mais moderno: uma produção burocrática orquestrada por criadores profissionais, uma lógica industrial serial, coleções sazonais, desfiles de manequins com fim publicitário (Lipovetsky, 1987, p. 138).

Com o fim da Segunda Guerra Mundial, muitas mudanças ocorreram. Surge “uma sociedade cada vez mais voltada para o presente, euforizada pelo Novo e pelo consumo” (Lipovetsky, 1987, p. 149); uma “cultura juvenil”, com um poder de compra crescente e traços narcisistas e individualistas, uma sociedade mais liberal que quebra as barreiras entre feminino e masculino, onde tanto as mulheres quanto os homens buscam o autocuidado e a beleza estética.

Ainda neste cenário, dá-se início a revolução democrática do “*Prêt-à-Porter*”, movimento que derrubou o status vanguardista da Alta Costura. Expressão criada em 1949 pelo francês J. C. Weill, fazia referência ao movimento americano “*ready to wear*” (pronto para vestir), como o próprio termo menciona, as roupas que estavam prontas para o consumo imediatamente após a sua confecção, não mais sendo produzidas sob medida e sim em larga escala, desenvolvidas a partir de tamanhos pré-estabelecidos e padronizados. A maior diferença entre eles era que a confecção no *Prêt-a-Porter* buscou unir a produção industrial à moda e à criação e lançamento de tendências, tornando mais acessível o que antes só era criado pela Alta Costura. Logo, os industriais do *Prêt-a-Porter* crescem e se associam a estilistas da época para ganharem força e reconhecimento no mercado, somando valor imaterial às suas

produções. Em paralelo, este período apresentou grandes avanços nas técnicas de fabricação, possibilitando a produção de peças de maior qualidade e menor preço.

Em um cenário que quebra padrões e vangloria a cultura jovem, as roupas ganham novos significados, se tornam mais leves e casuais, há a inserção do jeans e do “*sports wear*” nos guarda-roupas, e, mesmo com o individualismo e as pessoas buscando por seus estilos próprios, as roupas se tornam menos fantasiosas.

A Alta Costura em sentido estrito tornou-se, antes de tudo, uma instituição de prestígio, consagrando o que é inovado em outras partes muito mais do que impulsionando a moda (Lipovetsky, 1987, p. 145).

Neste plano, há o surgimento do *Met Gala* como evento que reúne em um só lugar as roupas destes diferentes momentos, mantendo sua história registrada e acessível para consulta para aqueles que trabalham com a moda de alguma maneira.

#### 4 MERCADO EDITORIAL E A *VOGUE*

“Apesar de o mercado editorial constituir uma parcela ainda muito pequena da renda nacional, sua participação vem sendo ampliada ao longo dos anos” (Couto, 2006, p. 62). Ao final do século XX o Brasil alcançou, no ranking mundial, a oitava posição em volume de produção editorial. Entretanto, hoje, 54% do material produzido corresponde a livros didáticos, enquanto os 46% restantes são distribuídos pelas outras produções editoriais.

Dito isto, o mercado editorial voltado especificamente para o mundo *fashion* corresponde a um número muito menor. Atualmente há no Brasil periódicos de moda como *Vogue*, *Marie Claire*, *Elle*, *Harper's Bazaar*, com produções e criação de conteúdos nacionais. Mas os livros, propriamente ditos, são importados, conseqüentemente caros, e em sua maioria em sua língua original, sem tradução para o português.

A autora deste material comprovou este ponto em uma visita à cidade de São Paulo, onde conheceu a Livraria da Vila, no shopping JK Iguatemi. No centro da loja havia uma seção inteira dedicada para livros de moda onde foi possível encontrar diversas produções editoriais sobre grandes nomes, como: “Versace Catwalk”, “Off White - a Arte de Costurar Afetos”, “Tom Ford”, “Dior and Roses”, “Valentino - At The Emperor's Table”, “Fashion Designers A-Z”, “Louis Vuitton - a Passion For Creation”. Entretanto, ao pesquisar as editoras responsáveis pela produção de cada um destes livros, concluiu que a maioria delas é internacional e, por mais interessante que sejam as editoras ABRAMS Books, Rizzoli New York e Taschen, elas não seriam a opção adequada para o projeto aqui planejado, que seria hipoteticamente produzido por uma editora nacional buscando manter um preço mais acessível.

Neste contexto, apesar de tentar fugir da opção mais óbvia, a editora escolhida para o desenvolvimento deste material foi a Editora Globo, pelo simples fato de esta, além de ser nacional, ser a responsável pelas publicações da *Vogue* Brasil. Assim, o livro sobre o *Met Gala*, evento patrocinado pela *Vogue* e Anna Wintour, seria produzido nacionalmente e pela empresa que o organiza.

A partir deste ponto, dá-se início a um estudo mais aprofundado sobre a *Vogue*, como suas publicações são feitas e como ela alcançou esse prestígio que tem hoje.

A França teve uma grande importância no início da produção do conteúdo de moda, atendendo a todo o continente europeu com seus jornais e revistas. Apesar disso, foi nos Estados Unidos que o mercado editorial de moda alcançou o sucesso mundial que tem hoje, a começar pelo lançamento da revista *Harper's Bazaar*, em 1867, uma revista semanal que falava de moda e assuntos domésticos direcionados à típica dona de casa da classe média da época. Um fator decisivo para a expansão dos folhetins de moda foi uma mudança nos processos de distribuição das revistas que aconteceu em 1869, nos Estados Unidos. Desde esta data, “as revistas começaram a ser vendidas em lojas comerciais e livrarias, libertando-se da dependência do correio” (CASADEI, 2012). É neste cenário que surge a *Vogue* (Do Carmo, 2014, p. 11).

Fundada em 1892 pelo empresário americano Arthur Baldwin Turnure, a *Vogue* inicialmente era um jornal semanal novaiorquino cujo público alvo era a classe alta da sociedade, tanto homens como

mulheres. O jornal juntava, em uma publicação, os três grandes motores da indústria *fashion*: o jornalismo de moda, a propaganda de moda e o *prêt-à-porter*. Além disso, este material também apresentava outros conteúdos, como: críticas de livros, música e arte, matérias sobre como se comportar em reuniões sociais e temas considerados fúteis para a época (Panamericana Escola, 2021). A *Vogue* já era um sucesso na época e vinha apresentando um crescimento constante, juntamente com o mercado desta área, de moda e beleza.

Em 1909 a *Vogue* foi comprada por Condé Montrose Nast, também empresário americano. Com uma nova figura no comando, a revista sofreu grandes mudanças, que para a época foram consideradas inovadoras, tornando a revista um dos principais meios de obter informações sobre o mundo da moda. Seu sucesso foi tanto que em 1916 e 1920 foram lançadas a *Vogue* Britânica e Francesa, respectivamente.

As décadas avançaram e, como analisado no capítulo 2 deste trabalho, a *Vogue* passou pela mão de grandes nomes, até chegar em Anna Wintour, atual editora chefe. E hoje, a grande marca que é a *Vogue* apresenta além da sua revista principal, outras publicações, como os grandes livros de mesa, *Vogue* Passarelas, *Vogue* Living (Casa *Vogue*), Men's *Vogue* (*Vogue* Homens), Teen e Kids *Vogue*, Noivas e *Vogue* Joias. Dentro deste panorama, é feita uma análise do esqueleto desta publicação em cima do estudo *A transitoriedade da moda na revista Vogue*, de Jamille do Carmo (2014), trazendo aqui as seções que dividem a revista e como esta é editorada.

A revista abre com “*Letter From The Editor*” (carta do editor), espaço em que Anna Wintour expõe sua visão de moda e tendência ao público. E, logo em seguida, como uma forma de “resposta” vem a seção “*Talking Back*”, onde os leitores comentam as edições anteriores.

As páginas seguintes trazem os créditos e agradecimentos às parcerias realizadas; com uma área dedicada a estes colaboradores de determinada edição, fotógrafos, modelos, escritores convidados e outros profissionais externos.

Aqui começa a ser trabalhado o ideal da mulher *Vogue*. “*Up Front*”, “*Lives*” e “*Nostalgia*” são segmentos dedicados à vida de figuras públicas, mais especificamente das mulheres da alta sociedade que estão diretamente ligadas a esse universo da moda e são criadoras de tendências. Pegando o gancho dos estilos de vida apresentados na seção anterior, o leitor entra em “*View*”, onde são apresentadas as novas tendências de arte, teatro, design e decoração; estas sempre alinhadas com o ideal *Vogue*. Por fim, “*The Editor Eye*”, “*Index*” e “*Last Look*” são três seções onde, de modo geral, a editora de moda da revista divulga as peças e os produtos de beleza para o mês.

## 5 O PROJETO

Na seção anterior foi abordado brevemente o escopo geral das revistas *Vogue*, mas o que ficou de fora foram os grandes livros de moda que esta produz. No Brasil, a grande maioria da população não tem acesso a este material, visto que:

- A) São materiais importados, então os preços são altíssimos;
- B) Não são encontrados em qualquer livraria (e quando são achados, não tem um grande estoque);
- C) Em sua maioria não são traduzidos para o português (o que, juntamente com os valores, limitam ainda mais o público que tem acesso).

Diante deste estudo, o projeto gráfico realizado tem como objetivo facilitar o acesso às informações referentes ao *Met Gala* como um todo. Materiais nacionais que aprofundem temas como esse, e até mesmo sobre a moda no geral, são escassos. Para os brasileiros amantes de moda as pesquisas hoje se dão muito por redes sociais.

Para a montagem e o desenvolvimento gráfico do projeto físico, foi seguido o padrão dos livros *Vogue and the Metropolitan Museum of Art Costume Institute: Parties, Exhibitions, People* (Bowles e Malle, 2014) e *Vogue and the Metropolitan Museum of Art Costume Institute: Updated Edition* (Bowles e Malle, 2020), materiais que aqui também foram usados como referência para o conteúdo desta monografia.

Abaixo seguem as principais fontes de pesquisas usadas para o desenvolvimento do livro *Vogue & Met Gala: Grandes Momentos*. As referências completas estão listadas ao final a própria publicação.

- A) *Exhibiting Fashion* (<https://fashionexhibitionmaking.arts.ac.uk/archive/>): site que reúne grandes exposições ao redor do mundo desde a segunda metade do século XX;
- B) *The Met Gala themes through the years*: uma publicação da *Harper's Bazaar* e outra da *Women's Wear Daily* com a listagem dos temas de cada ano do *Met Gala*;
- C) Os livretos produzidos para acompanhar as exposições do *Met Gala*, encontrados no site oficial do museu;

### 5.1 Estruturação e Textual

O material foi dividido em em 13 capítulos: *Met Gala: O Que É?*, *Primeiros Anos (1948-1972)*, *Metropolitan Museum of Art & Costume Institute*, *Diana Vreeland*, *Anna Wintour*, *Eventos Seleccionados*, *Linha do tempo (1973 - 2024)*, *Década 1970*, *Década 1980*, *Década 1990*, *Década 2000*, *Década 2010* e *Década 2020*. Dentro dos capítulos de cada década foi selecionado um ano em específico

para ter seu tema aprofundado. O conteúdo de cada capítulo foi minuciosamente estudado através de uma vasta pesquisa iconográfica e textual, selecionando imagens da exposição em si e do evento, sua arquitetura e os convidados. Entretanto, especialmente nas edições do século passado, há uma grande variação na quantidade de material informativo e visual encontrado sobre cada ano, devido à falta de registros disponíveis na internet para o público geral. Caso este projeto saísse do cenário hipotético, seria necessária uma grande busca nos acervos da *Vogue* e no próprio museu.

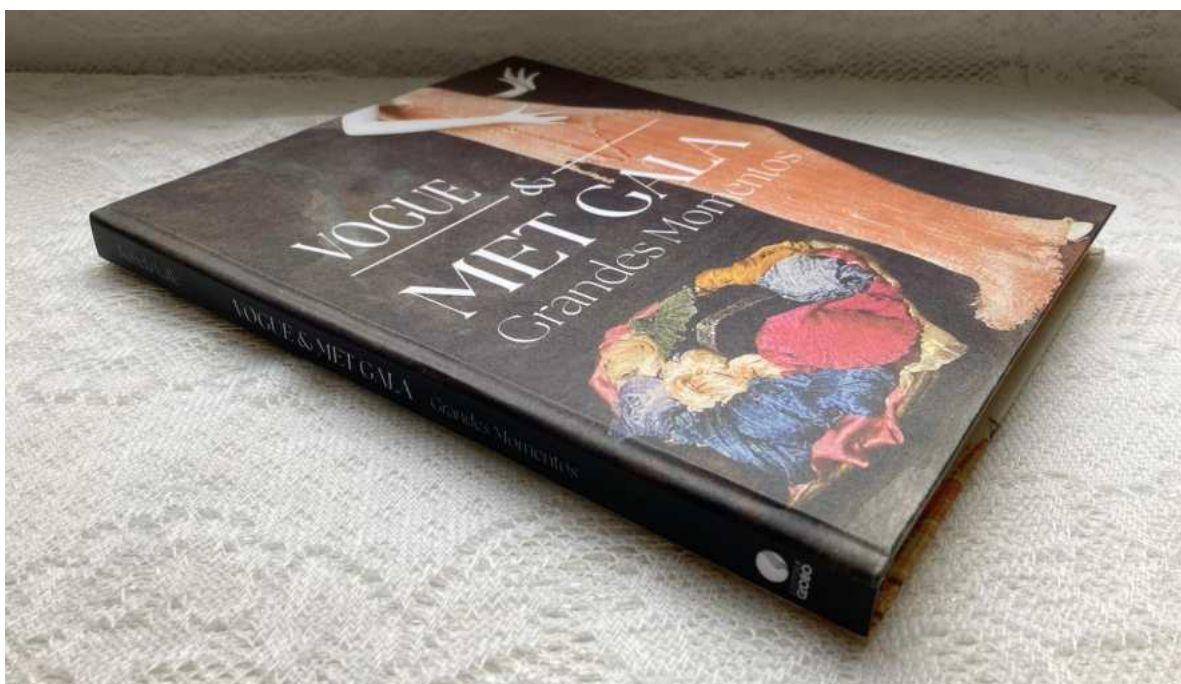
## 5.2 O Produto

O formato fechado do livro *Vogue & Met Gala: Grandes Momentos*, é de 25x31cm, enquanto o formato aberto é 50x31cm. O material tem 196 páginas, capa dura, com laminação opaca, na 1ª e 4ª capas, e cadernos costurados e colados. O papel utilizado na capa foi o Offset 180g, montado no papel paraná, e para o miolo o Couché Fosco 150g. O número de cores de impressão na capa e nas guardas é 4/0, e no miolo 5/5 (CMYK + amarelo especial).

A tipografia dos títulos é a *The Seasons*, uma tipografia serifada e de alto contraste do *Adobe Fonts*, escolhida por sua similaridade a tipografia da *Vogue*. De modo a deixar ainda mais parecida com o logo da revista, a escala vertical foi aumentada no InDesign para 150%. Vale ressaltar que a tipografia original da *Vogue* não foi utilizada devido à baixa legibilidade.

Já para o texto corrido, a *Garamond* foi selecionada não só por conversar bem com a fonte do título, mas por ser uma fonte clássica e atemporal que combina perfeitamente com o projeto. Para as legendas, foi escolhida a fonte bastão Arial.

Abaixo seguem as imagens do livro físico e o link para o *flipbook* digital.













Acesse o flipbook digital do livro em: <https://online.flippingbook.com/view/306230365/> ou escaneie o *QRCode*:



## 6 CONCLUSÃO

O presente estudo explorou a história do Met Gala, abordando também, de maneira mais sucinta, a história da moda e o mercado editorial nacional. Ao longo deste estudo, foram investigados os pontos de contato entre estes temas, de forma a encontrar um meio de comunicação que facilitasse o acesso no Brasil a este grande evento. Os resultados obtidos evidenciaram não só uma escassez de informações sobre os anos do Met Gala, de modo geral, como também uma enorme carência de produções editoriais nacionais. Estas considerações são significativas porque guiaram a escolha desta autora para o tipo de suporte escolhido para a transmissão destas informações, que veio a ser um livro de mesa. Além disso, algumas limitações foram identificadas no decorrer do desenvolvimento do material, como encontrar informações sobre eventos do século passado e, principalmente, como encaixar dentro de um livro um conteúdo que aborda mais de 70 anos de história de forma que este não ficasse muito longo e sua produção muito cara.

Em síntese, este projeto contribui para um aprofundamento, de maneira prática, nos estudos do Design Editorial. Buscando uma produção gráfica de qualidade e que se mantivesse dentro dos objetivos originais de uma produção nacional e mais acessível, este projeto foi dividido em décadas, com destaque em um ano dentro de cada década. Assim, espera-se que este projeto estimule novas reflexões e estudos sobre o tema, e, na sua sequência, a autora deste projeto trabalharia em expandir e aprofundar os estudos das décadas, produzindo um livro para cada uma delas e abordando cada ano em sua individualidade.

Por fim, é importante destacar que este estudo marca um passo inicial rumo a um maior entendimento sobre o Met Gala, o maior evento de moda do mundo.

## 7 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

A BRIEF History of the Museum. **The Metropolitan Meseum of Art**. 1999. Disponível em: <https://www.metmuseum.org/press/general-information/2005/a-brief-history-of-the-museum>. Acesso em: 10 out. 2023.

AN A-Z of the Most Iconic Met Gala Designers Ever. **New Wave Magazine**, 2023. Disponível em: <https://www.newwavemagazine.com/single-post/an-a-z-of-the-most-iconic-met-gala-designers-ever>. Acesso em: 16 out. 2023.

AN OVERVIEW of the Museum. **The Metropolitan Meseum of Art**. 2010. Disponível em: <https://www.metmuseum.org/press/general-information/2010/an-overview-of-the-museum#:~:text=The%20Metropolitan%20Museum%20of%20Art%20is%20one%20of%20the%20world's,ever%20part%20of%20the%20globe>. Acesso em: 08 out. 2023.

BOTTA, Sophia Pietá Milhorim. Met Gala: Os bastidores da segunda-feira mais famosa do ano. **Agemt PUC SP**, São Paulo, 26/06/2023. Disponível em: <https://agemt.pucsp.br/noticias/met-gala-os-bastidores-da-segunda-feira-mais-famosa-da-moda>. Acesso em: 17 set. 2023.

BOWLES, Hamish; MALLE, Chloe. **Vogue & The Metropolitan Museum Of Art**, Institute. Estados Unidos: ABRAMS, 2020.

CARVALHO, Priscila Rezende. A moda pela perspectiva do consumo: do surgimento à expansão. **9º Colóquio de Moda**. Fortaleza, Ceará, 2013. Disponível em: [https://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202013/COMUNICACAO-ORAL/EIXO-3-CULTURA\\_COMUNICACAO-ORAL/A-moda-pela-perspectiva-do-consumo-do-surgimento-a-expansao.pdf](https://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202013/COMUNICACAO-ORAL/EIXO-3-CULTURA_COMUNICACAO-ORAL/A-moda-pela-perspectiva-do-consumo-do-surgimento-a-expansao.pdf). Acesso em: 08 nov. 2023.

CONHEÇA a história da revista VOGUE, a mais famosa publicação de moda do mundo. **Panamericana Escola de Arte e Design**, 2021. Disponível em: <https://www.escola-panamericana.com.br/conheca-a-historia-da-revista-vogue-a-mais-famosa-publicacao-de-moda-do-mundo/>. Acesso em: 04 fev. 2024.

COUTO, Marina Vargas. A indústria editorial brasileira: trajetória, problemas e panorama atual. **Repositório UFRJ Phantaneo**, Rio de Janeiro, 2006. Disponível em: <https://pantheon.ufrj.br/handle/11422/450>. Acesso em: 06 dez. 2023.

DA SILVA, Vânia Polly. **Identidade e distinção: moda nas revistas brasileiras na década de 90**. UFRJ, Rio de Janeiro, 2005. Disponível em: <https://minerva.ufrj.br/>. Acesso em: 21 set. 2023.

DIANA Vreeland: The Eye Has to Travel. Direção: Lisa Immordino Vreeland, Frédéric Tcheng, Bent-Jorgen Perlmutt. Produção de Lisa Immordino Vreeland, John Northrup, Ron Curtis, Raja Sethuraman, Magnus Andersson. Estados Unidos. Samuel Goldwyn Films, 2012. Disponível em: <https://vimeo.com/153660328>. Acesso em: 24 set. 2023.



DO CARMO, Jamille Ribeiro Bastos. A transitoriedade da moda na revista *Vogue*. **Repositório UFRJ Phantaneo**, Rio de Janeiro, 2014. Disponível em: <https://pantheon.ufrj.br/handle/11422/4366>. Acesso em: 06 dez. 2023.

FRASER, Kristopher. Met Gala Themes Through the Years: the Punks, Superheroes, Savage Beauties and More. **Women's Wear Daily**. 2024. Disponível em: <https://wwd.com/feature/met-gala-themes-through-years-1235622522/>. Acesso em: 11 mar. 2024.

FRIEDMAN, Vanessa. Wha tis the Met Gala, and Who Gets to Go?. **The New York Times**. 2018. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2018/05/03/fashion/what-is-the-met-gala-and-who-gets-to-go.html>. Acesso em: 18 out. 2023.

HISTORY of the Museum. **The Metropolitan Meseum of Art**. Disponível em: <https://www.metmuseum.org/about-the-met/history>. Acesso em: 10 out. 2023.

HOWE, Winifred E. A History of The Metropolitan Museum of Art, with a Chapter on the Early Institutions of Art in New York. **MetPublications, The Metropolitan Meseum of Art**, Nova Iorque, 1913. Disponível em: [https://www.metmuseum.org/art/metpublications/A\\_History\\_of\\_the\\_Metropolitan\\_Museum\\_of\\_Art\\_and\\_Early\\_Institutions\\_of\\_Art](https://www.metmuseum.org/art/metpublications/A_History_of_the_Metropolitan_Museum_of_Art_and_Early_Institutions_of_Art). Acesso em: 10 out. 2023.

KLERIK, Amy de. Everything you need to know about the Met Gala theme. **Harper's Bazaar**. 2023. Disponível em: <https://www.harpersbazaar.com/uk/fashion/a36092219/met-gala-theme/>. Acesso em: 18 out. 2023.

LIMA, Natália Dias de Casado. A Belle Époque e seus reflexos no Brasil. **Anais da Semana de História**. Espírito Santo: UFES, 29/12/2018. Disponível em: <https://periodicos.ufes.br/semanadehistoria/article/view/23114>. Acesso em: 08 out. 2023.

LIPOVETSKY, Gilles. **O Império do Efêmero: A Moda e Seu Destino nas Sociedades Modernas**. França: Companhia de Bolso, 2009.

DE MENDONÇA, Flávia Vasconcelos. Moda, Consumo e Comunicação: A função das revistas de moda no cenário pós-industrial. **Repositório UFRJ Phantaneo**, Rio de Janeiro, 2008. Disponível em: <https://pantheon.ufrj.br/handle/11422/2102>. Acesso em: 06 dez. 2023.

MESQUITA, Maria. Metropolitan Museum of Art: 6 curiosidades sobre a história do museu. **Casa Vogue**, 01/05/2023. Disponível em: <https://casavogue.globo.com/lazer-e-cultura/arte/noticia/2023/05/curiosidades-metropolitan-museum-of-art.ghtml>. Acesso em: 08 out. 2023.

MULLER, Mara Fernanda; SOUZA, Mariana; SOLON, Yasmin. Momentos históricos do Met Gala. **Agemt PUC SP**, São Paulo, 04/05/2023. Disponível em: <https://agemt.pucsp.br/noticias/momentos-historicos-do-met-gala>. Acesso em: 20 set. 2023.

POLLINI, Denise. **Breve História da Moda**. Brasil: Editora Claridade, 2016.

PORTO, Karen Fideles de Camargo. Tendências na pauta do jornalismo de moda em revistas no Brasil contemporâneo. **Repositório UFRJ Phantaneo**, Rio de Janeiro, 2014. Disponível em: <https://pantheon.ufrj.br/handle/11422/4375>. Acesso em: 06 dez. 2023.

PULLAR, Jess. What actually happens inside the Met Gala? Everything to know about the mysterious event. **Elle Magazine**, 25/04/2023. Disponível em: <https://www.elle.com.au/fashion/met-gala-what-happens-inside-26968>. Acesso em: 28 out. 2023.

SMITH, Alex Bruce. 12 Ways to be Invited To the Met Gala. **Elle Australia**. 2023. Disponível em: <https://www.elle.com.au/culture/how-to-get-invited-to-the-met-gala-28608>. Acesso em: 18 out. 2023.

THE COSTUME Institute. **The Metropolitan Meseum of Art**. Disponível em: <https://www.metmuseum.org/about-the-met/collection-areas/the-costume-institute>. Acesso em: 24 set. 2023.

THE COSTUME Institute Conservation. **The Metropolitan Meseum of Art**, 2023. Disponível em: <https://www.metmuseum.org/about-the-met/conservation-and-scientific-research/the-costume-institute-conservation>. Acesso em: 24 set. 2023.

THE FIRST Monday in May. Direção: Andrew Rossi. Produção de Sylvana Bonifacia Soto-Ward, Fabiola Beracasa Beckman, Skot Bright, Dawn Ostroff, Matt Weaver. Estados Unidos. Magnolia Pictures, 2016. Disponível em: <https://www.amazon.com/First-Monday-May-Rihanna/dp/B01F2NSWB8>. Acesso em: 13 out. 2023.

THE MET. **Google Arts & Culture**. Disponível em: <https://artsandculture.google.com/partner/the-metropolitan-museum-of-art>. Acesso em: 08 out. 2023.

THE MET Gala's Evolution & Its Impact on Luxury Fashion Retail. **Vue.ai**, 14/09/2021. Disponível em: <https://vue.ai/blog/retail-trends/met-gala-impact-fashion-retail/>. Acesso em: 16 out. 2023.

THE SEPTEMBER Issue. Direção: RJ Cutler. Produção de R.J. Cutler, Robert DeBitetto, Alison Ellwood, Lyle Gamm, Eliza Hindmarch, Mary Lisio, Nikki Petersen, Nathan Rotmensz, Rob Sharenow, Sadia Shepard. Estados Unidos. Samuel Goldwyn Films, 2009. Disponível em: [https://www.primevideo.com/detail/The-September-Issue/0JXMXHNMI35M2OVUGV3UCREB4T/ref=atv\\_nb\\_lcl\\_pt\\_BR?ie=UTF8&language=pt\\_BR](https://www.primevideo.com/detail/The-September-Issue/0JXMXHNMI35M2OVUGV3UCREB4T/ref=atv_nb_lcl_pt_BR?ie=UTF8&language=pt_BR). Acesso em: 13 out. 2023.

VOGUE. Quem é Anna Wintour? Conheça a história da editora de moda mais famosa do mundo. **Vogue Moda**, 25/04/2023. Disponível em: <https://vogue.globo.com/moda/noticia/2023/04/quem-e-anna-wintour-conheca-a-historia-da-editora-de-moda-mais-famosa-do-mundo.ghtml>. Acesso em: 14 out. 2023.

VREELAND, Diana. The 10's, the 20's, the 30's: Inventive Clothes 1909-1939. **Watson Library Digital Collections**, 1973. Disponível em:

<https://libmma.contentdm.oclc.org/digital/collection/p15324coll10/id/185594/>. Acesso em: 12 mar. 2024.

WEBER, Beta. História da Moda: Met Gala. **Steal the Look**, 01/05/2023. Disponível em: <https://stealthelook.com.br/historia-da-moda-met-gala/>. Acesso em: 16 out. 2023.

WIDJOJO, Conchita. History of the Met Gala: How it turned from Fundraiser to Fashion's Biggest Night. **Women's Wear Daily**. 2022. Disponível em: <https://wwd.com/fashion-news/fashion-scoops/met-gala-history-how-it-turned-from-fundraiser-to-fashions-biggest-night-1235167840/>. Acesso em: 19 mai. 2023.