

No Olimpo da moda, a invocação das musas: a constituição e a sobrevivência das imagens públicas das supermodelos dos anos 1990¹

In the Olympus of fashion, the invocation of the muses: the construction and survival of the public images of 1990s supermodels

Marcelino Gomes dos Santos

RESUMO

O artigo configura-se como um estudo que investiga a constituição histórica e discursiva das imagens públicas das supermodelos dos anos 1990 e a sobrevivência dessas imagens no presente. Seu objetivo é examinar a construção dessas figuras, compreendendo-as não como sujeitos empíricos ou naturais, mas como efeitos de discursos produzidos pela indústria da moda em articulação com a mídia. Inspirados no mito das musas gregas, selecionamos três supermodelos como objeto de análise: Naomi Campbell, Linda Evangelista e Christy Turlington. Tal escolha não visa endossar o imaginário mitológico, mas tensioná-lo, de modo a desmistificar essas figuras e abordá-las em sua condição histórica e, sobretudo, humana. Ao deslocá-las do “Olimpo” simbólico da moda, o estudo evidencia como suas imagens públicas foram discursivamente produzidas, individualizando corpos, trajetórias e estilos, ao mesmo tempo em que instituem hierarquias simbólicas no campo da moda. A análise recorre a matérias publicadas em revistas de circulação global, como Vogue, Marie Claire, Vanity Fair e Harper’s Bazaar, mobilizando os referenciais teórico-metodológicos da Análise de Discurso de orientação francesa e as contribuições de Michel Foucault para examinar os discursos, a produção de sentidos e os processos de constituição das imagens públicas. A investigação demonstra que, embora agrupadas sob a categoria de “supermodelo”, os discursos produzidos em torno dessas mulheres regulam sua visibilidade e singularizam suas imagens. Em linhas gerais, os discursos das revistas reafirmam o estatuto de “supermodelo” para todas elas, mas produzem sentidos que simultaneamente as aproximam e as distanciam, evidenciando a complexidade dos jogos discursivos que moldam suas projeções públicas e seus lugares simbólicos no universo da moda.

Palavras-chave: moda; discurso; supermodelos.

ABSTRACT

This article investigates the historical and discursive constitution of the public images of 1990s supermodels and the persistence of these images in the present. Its objective is to examine the construction of these figures, understanding them not as empirical or natural subjects, but as effects of discourses produced by the fashion industry in articulation with the media. Inspired by the myth of the Greek Muses, we selected three supermodels as the object of analysis: Naomi Campbell, Linda Evangelista, and Christy Turlington. This choice does not seek to endorse the mythological imaginary, but rather to challenge it, demystifying these figures and approaching them from their historical and, above all, human condition. By displacing them from fashion's symbolic “Olympus,” the study highlights how their public images have been discursively

¹ Trabalho orientado pela Prof.^a Dr.^a Maria Claudia Bonadio.

produced, individualizing bodies, trajectories, and styles while simultaneously establishing symbolic hierarchies within the fashion field. The analysis draws on articles published in internationally renowned magazines, such as Vogue, Marie Claire, Vanity Fair, and Harper's Bazaar, employing the theoretical and methodological framework of French Discourse Analysis alongside Michel Foucault's contributions to examine discourses, the production of meaning, and the processes involved in the constitution of public images. The study demonstrates that, although these women are grouped under the category of "supermodel," the discourses surrounding them regulate their visibility and simultaneously singularize their images. Overall, the magazines' discourses reaffirm the status of "supermodel" for all three figures while producing meanings that both bring them closer together and set them apart, revealing the complexity of the discursive dynamics that shape their public projections and symbolic positions within the fashion world.

Keywords: fashion; discourse; supermodels.

1 INTRODUÇÃO

*"Dizei-me agora, Musas que habitais as mansões do Olimpo ...
Vós sois deusas, estais presentes e sabeis tudo;
Nós ouvimos apenas a fama e nada sabemos".*

(Homero - Iliada: Canto II, Catálogo das Naus, v. 484-486)².

No alto de uma geografia imaginária que não se inscreve em mapas, mas nas superfícies das revistas, nas passarelas iluminadas e nas vitrines globais da cultura midiática, ergue-se um monte particular: o Olimpo da moda. Nele habitam figuras investidas de uma aura que oscila entre o humano e o mítico. Entre elas, mulheres cujos nomes, corpos e gestos são incessantemente narrados, fotografados e ressignificados em escala global: as supermodelos.

Como divindades contemporâneas, celebradas e reverenciadas como se fossem deusas olímpicas, essas mulheres ocupam um lugar singular na cultura da moda. Suas atuações nas passarelas das grandes marcas e ao lado de renomados estilistas projetaram suas imagens para além dos desfiles, convertendo-as em referências de beleza, elegância, sucesso e prestígio internacional.

A partir das últimas décadas do século XX, seus nomes passaram a constituir parte do imaginário da moda e da cultura midiática, sendo continuamente (re)inscritos pelos discursos da imprensa especializada, que contribuiu para a consolidação de suas imagens como símbolos de uma determinada concepção de feminilidade, glamour e poder.

Esse Olimpo do qual falamos, entretanto, não existe à margem da história. Sua permanência na memória coletiva depende de uma trama de discursos, instituições, práticas e

² Ver: Homero (2013).

interesses que transformou sujeitos empíricos em figuras quase mitológicas. É nesse contexto que a moda se insere, organizando, por meio de seus discursos, práticas e instâncias de consagração, sistemas de reconhecimento, distribuindo posições de prestígio, estabelecendo critérios de legitimidade, e produzindo imagens públicas que se inscrevem na memória cultural.

Se, na mitologia grega, deuses, musas, ninfas e outras figuras compõem uma complexa ordem divina, o Olimpo da moda também abriga uma constelação de sujeitos — humanos, carnavais e simbólicos — cujas práticas tornam possível sua constituição e permanência. Estilistas, fotógrafos, jornalistas, editores, diretores de arte, empresários, marcas e modelos integram uma complexa rede de agentes que participa da produção, circulação e legitimação dos sentidos que estruturam esse universo.

Os sujeitos deixam, então, de aparecer como individualidades plenamente constituídas para serem compreendidos como efeitos de práticas discursivas que lhes atribuem inteligibilidade, legitimidade e reconhecimento. O que se torna visível na cultura da moda não decorre de um atributo natural, de uma essência prévia, mas do funcionamento de discursos que selecionam, organizam e estabilizam determinadas formas de ver e dizer os sujeitos e os objetos que integram esse campo.

No que diz respeito às supermodelos, poucas alcançaram permanência histórica tão expressiva quanto Naomi Campbell, Linda Evangelista e Christy Turlington. Nomeadas pelo jornalismo de moda sob a designação *The Trinity*³, elas continuam sendo convocadas sempre que a imprensa especializada revisita os anos 90 do século XX. Suas trajetórias retornam às páginas das revistas como narrativas continuamente atualizadas, capazes de reafirmar sua relevância para novas gerações de leitores e consumidores de moda.

Diante desse cenário, este artigo tem por objetivo analisar e discutir os processos discursivos por meio dos quais o jornalismo de moda produz, atualiza e legitima as imagens públicas de Campbell, Evangelista e Turlington. Para tanto, toma como objeto de análise publicações veiculadas por revistas de moda internacionais, considerando-as como espaços discursivos nos quais se constroem, circulam e são legitimados sentidos acerca dessas figuras da moda.

³ A nomenclatura atribuída às três supermodelos faz referência direta à Santíssima Trindade da Igreja Católica, reafirmando um caráter divinizador na forma como essas figuras são discursivamente construídas na esfera da moda. Tal designação teria sido usada pela primeira vez pelo fotógrafo Steven Meisel, sendo posteriormente reiterada e difundida por veículos midiáticos, como na matéria “*We Three Queens*”, de Alex Williams (2003), publicada na *New York Magazine*, e em “*5 History-Making Steven Meisel Covers For Edward Enninful’s British Vogue*”, de Hayley Maitland (2024), na *British Vogue*.

Nessas publicações, o passado não aparece como uma lembrança encerrada. As narrativas reconstroem acontecimentos, reorganizam memórias e reinscrevem essas mulheres no presente, mantendo em circulação enunciados e imagens que continuam produzindo sentidos, reconhecimento, autoridade simbólica e permanência no imaginário da moda.

É nessa permanência discursiva que a análise se concentra. O interesse não recai sobre as biografias das supermodelos, tampouco sobre uma reconstrução cronológica de suas carreiras profissionais. Busca-se compreender os mecanismos discursivos que produzem e renovam suas imagens públicas, fazendo com que determinados sentidos permaneçam em circulação no presente.

Partimos da compreensão de que a imprensa especializada não apenas relata acontecimentos biográficos; ela participa da constituição dessas figuras de sujeito ao selecionar acontecimentos, reiterar memórias, silenciar outras e conferir estabilidade a formas específicas de reconhecimento.

Esse deslocamento redefine a maneira de olhar para as supermodelos. Ao interrogar esses enunciados, interpelamos as “musas dos estilistas” em sua condição histórica e, sobretudo, humana, reconhecendo-as como sujeitos constituídos por relações de saber e poder. Nessa perspectiva, elas deixam de ocupar o lugar de ícones naturalmente consagrados para serem entendidas como construções históricas, continuamente produzidas e atualizadas pelos discursos da indústria da moda.

1 No princípio, a inspiração: a Análise de Discurso Francesa e os estudos de Michel Foucault

A leitura desenvolvida neste artigo fundamenta-se nos pressupostos teórico-metodológicos da Análise do Discurso de orientação francesa (ADF)⁴, que toma o discurso como objeto privilegiado de investigação e o compreende como uma prática histórica e social. Em oposição às perspectivas que reduzem a linguagem a um sistema autônomo de signos, a ADF parte do princípio de que os sentidos não são evidentes nem naturais. Eles se produzem na articulação entre linguagem, história e condições de produção, razão pela qual todo dizer se inscreve em uma rede de relações sociais, históricas e ideológicas.

⁴ A Análise do Discurso Francesa (ADF) constitui uma corrente teórico-metodológica desenvolvida na França, na década de 1960, sobretudo a partir dos trabalhos de Michel Pêcheux. Em diálogo com o marxismo, a linguística saussuriana e a psicanálise, a ADF compreende o discurso como efeito de sentidos produzido historicamente, considerando que a linguagem é atravessada pela ideologia e pelas condições sociais de produção, de modo que os sentidos não são fixos nem transparentes, mas constituídos nas relações entre linguagem, história e sujeito.

Os textos publicados pelas revistas de moda que constituem as materialidades analisadas neste artigo são compreendidos como documentos históricos atravessados por signos, valores, relações de poder e disputas de sentido. Não interessam como registros neutros de uma realidade previamente dada, nem como relatos transparentes sobre as supermodelos. Seu interesse analítico reside na capacidade de produzir saberes, instituir regimes de visibilidade e participar da construção das imagens públicas constituídas em torno dessas mulheres.

Essa compreensão encontra ressonância na concepção de história formulada por Michel Foucault na obra *A Arqueologia do Saber*, publicada originalmente em 1969. Em oposição às narrativas lineares e teleológicas, o filósofo propõe uma história atenta às discontinuidades, às condições de emergência dos discursos e às regras que organizam sua existência. Nessa perspectiva, os enunciados deixam de ser compreendidos como meros reflexos da realidade para serem analisados como práticas discursivas que produzem objetos, constituem sujeitos e estabelecem regimes de verdade (Foucault, 2009).

É sob essa perspectiva que as revistas de moda são mobilizadas ao longo da análise. A questão não consiste em verificar se aquilo que dizem corresponde a uma realidade exterior, mas em compreender os modos pelos quais determinados discursos tornam possível dizer, significar e legitimar Naomi Campbell, Linda Evangelista e Christy Turlington. As supermodelos não são concebidas como identidades estáveis ou como sujeitos dotados de uma essência anterior aos discursos. Suas imagens públicas emergem como efeitos de sentido produzidos nas e pelas materialidades que as colocam em circulação. Como afirma Fernandes:

A Análise do Discurso, tendo o discurso como objeto de investigação, trabalha com a linguagem sob suas diferentes possibilidades de existência, e a considera em uma relação direta com a história — esta como o que determina as possibilidades de realização daquela — e com os sujeitos. O discurso é exterior à língua, mas depende dela para a sua possibilidade de existência material, ou seja, o discurso materializa-se em forma de texto, de imagens, sob determinações históricas (Fernandes, 2012, p. 16).

Ao situar o discurso nessa articulação indissociável entre linguagem e história, Fernandes (2012) oferece elementos para compreender que as supermodelos não preexistem aos dizeres que as significam. Elas tornam-se inteligíveis nas materialidades discursivas que as inscrevem no campo da moda. É justamente nesse ponto que a Análise do Discurso se distancia das abordagens estritamente linguísticas, conforme explicita Orlandi:

A Análise de Discurso, como seu próprio nome indica, não trata da língua, não trata da gramática, embora todas essas coisas lhe interessem. Ela trata do

discurso. E a palavra discurso, etimologicamente, tem em si a ideia de curso, de percurso, de correr por, de movimento. O discurso é assim a palavra em movimento, prática de linguagem: com o estudo do discurso observa-se o homem falando (Orlandi, 2007, p. 15).

Ao definir o discurso como "palavra em movimento", Orlandi (2007) evidencia seu caráter histórico e processual. A análise desloca-se da materialidade linguística isolada para as condições de produção que atravessam os enunciados, uma vez que "para encontrar as regularidades da linguagem em sua produção, o analista de discurso relaciona a linguagem à exterioridade" (Orlandi, 2007, p. 16).

Essa perspectiva também rompe com a ideia de que os textos guardariam um sentido oculto à espera de ser revelado. Como observa Orlandi (2007, p. 19), "diferentemente da análise de conteúdo, a Análise de Discurso considera que a linguagem não é transparente". Da mesma forma, a autora afirma que "não há uma verdade oculta atrás do texto" (Orlandi, 2007, p. 26). As reportagens analisadas, portanto, não são interrogadas em busca da "verdade" sobre as supermodelos. O interesse concentra-se nos processos pelos quais determinadas verdades são discursivamente produzidas, legitimadas e postas em circulação.

As reflexões de Michel Foucault ampliam essa discussão ao compreender o discurso não como uma instância neutra de representação do real, mas como uma prática que intervém sobre o mundo e produz aquilo de que fala. Como adverte o autor:

Transformar o discurso em um jogo de significações prévias; não imaginar que o mundo nos apresenta uma face legível que teríamos de decifrar apenas; ele não é cúmplice de nosso conhecimento; não há providência pré-discursiva que o disponha a nosso favor. Deve-se conceber o discurso como uma violência que fazemos às coisas, como uma prática que lhes impomos em todo o caso (Foucault, 1999, p. 53).

Ao conceber o discurso como prática, Foucault evidencia seu caráter produtivo. Os discursos fabricam objetos e sujeitos, organizam campos de saber e instituem regimes de verdade que tornam determinadas existências possíveis e inteligíveis. Os sujeitos, nessa perspectiva, não preexistem aos discursos; constituem-se nas relações históricas e discursivas que lhes atribuem inteligibilidade.

Essa discussão encontra ressonância nas reflexões de Giorgio Agamben, para quem "os dispositivos devem sempre implicar um processo de subjetivação, isto é, devem produzir seu sujeito" (Agamben, 2009, p. 38). No âmbito deste artigo, essa formulação permite compreender a moda como um dispositivo que organiza discursos, práticas e formas de reconhecimento. As

reportagens produzidas pela imprensa especializada participam desse processo ao construir, legitimar e atualizar as imagens públicas de Naomi Campbell, Linda Evangelista e Christy Turlington, produzindo figuras de sujeito que permanecem em circulação no imaginário da moda.

2 No labirinto metodológico: o fio de Ariadne

Na mitologia grega, Ariadne, filha do rei Minos e princesa de Creta, tornou-se conhecida por auxiliar Teseu em sua jornada pelo labirinto construído para abrigar o Minotauro. Ao entregar-lhe um novelo de fio, permitiu que o herói encontrasse o caminho de retorno após enfrentar a criatura. Esse gesto simbólico deu origem à expressão “fio de Ariadne”, associada à ideia de orientação em meio à complexidade e à busca por um percurso possível diante de um cenário desafiador.

De modo análogo, neste artigo, a metodologia assume função semelhante: atua como um fio condutor que orienta a investigação pelos diferentes caminhos da pesquisa, possibilitando percorrer as complexidades das matérias analisadas, organizar os procedimentos de análise e construir sentidos a partir dos discursos presentes nos documentos.

A pesquisa insere-se no campo qualitativo e organiza sua abordagem a partir de uma referência simbólica à mitologia grega, mais especificamente à narrativa das nove⁵ Musas, filhas de Mnemósine, deusa da memória, e de Zeus, deus dos céus. Essa aproximação não pretende conferir à mitologia o estatuto de matriz explicativa da análise, nem atribuir às supermodelos qualquer dimensão mítica ou transcendental. Sua função é estritamente analítica: oferecer um princípio de organização para a leitura das materialidades e favorecer o diálogo comparativo entre elas.

O *corpus* foi constituído por meio de uma busca sistemática realizada na internet, concentrada em revistas de moda de ampla circulação e reconhecida autoridade no campo, como *Vogue*, *Marie Claire*, *Harper's Bazaar*, *Vanity Fair*, entre outras. A seleção contemplou publicações de diferentes países e idiomas, ampliando o horizonte de produção e circulação dos discursos e evitando restringir a análise ao contexto brasileiro.

⁵ O número de Musas varia conforme a tradição mitológica. Nas versões mais antigas da mitologia grega, especialmente de origem beócia, eram mencionadas apenas três Musas: Aoide (Canto), Melete (Prática ou Meditação) e Mneme (Memória). Posteriormente, a tradição clássica, consolidada por Hesíodo na *Teogonia*, estabeleceu a existência de nove Musas, filhas de Zeus e Mnemosine, cada uma responsável por um domínio específico das artes, das ciências ou da poesia. Foi essa última tradição que se tornou a mais difundida na cultura ocidental.

O levantamento das reportagens foi realizado com o auxílio do *Google* e dos mecanismos de busca disponíveis nos próprios sites das revistas. Os nomes de Naomi Campbell, Linda Evangelista e Christy Turlington foram utilizados como palavras-chave, sempre associados aos títulos dos periódicos, de modo a localizar textos diretamente relacionados às suas trajetórias profissionais e às imagens públicas construídas em torno dessas mulheres.

O levantamento inicial revelou um conjunto significativamente mais amplo de reportagens dedicadas a cada uma das supermodelos, evidenciando a permanência e a centralidade dessas figuras no discurso contemporâneo da moda. Os limites analíticos da pesquisa, entretanto, exigiram um recorte mais delimitado, composto por três reportagens para cada modelo.

A definição desse *corpus* não ocorreu de forma aleatória. Foram privilegiadas materialidades que apresentassem regularidades discursivas relevantes para a investigação, especialmente enunciados, formulações e modos de dizer capazes de evidenciar como essas mulheres são produzidas, significadas e posicionadas pela imprensa especializada. A seleção buscou contemplar textos que permitissem observar a constituição e a atualização de suas imagens públicas.

Foram excluídas publicações provenientes de blogs pessoais, plataformas sem autoria identificada, conteúdos opinativos e materiais desvinculados da atividade jornalística. Essa delimitação decorre da compreensão de que revistas internacionalmente consolidadas ocupam posições de autoridade no campo da moda, produzindo, legitimando e difundindo discursos que alcançam ampla circulação e participam da consolidação de determinadas imagens públicas.

As reportagens selecionadas foram publicadas ao longo da última década (entre os anos de 2017 e 2025) e são apresentadas, em cada seção analítica, acompanhadas de seus respectivos títulos, datas e referências bibliográficas, permitindo a consulta às versões integrais. O interesse concentra-se nos discursos que continuam circulando no presente, e não naqueles que acompanharam imediatamente a ascensão das supermodelos durante os anos 1990. O intervalo temporal adotado permite observar como essas figuras permanecem sendo narradas, lembradas e ressignificadas pela imprensa especializada décadas após sua consagração.

A análise voltou-se para as significações em circulação, as regularidades discursivas, as recorrências temáticas, os modos de nomeação, as escolhas lexicais, as estratégias de adjetivação e os enquadramentos narrativos presentes em cada reportagem. Esses elementos permitem compreender como a imprensa especializada produz e diferencia as imagens públicas de Naomi Campbell, Linda Evangelista e Christy Turlington, atribuindo-lhes lugares

específicos no imaginário da moda e atualizando continuamente as figuras de sujeito construídas em torno de cada uma delas.

3 No *mouseïon*⁶ da moda, as musas inspiradoras dos (deuses) estilistas

As nove Musas habitavam o Monte Hélicon e o Parnaso, espaços simbólicos associados à inspiração artística e à permanência das artes. Filhas de Mnemósine e de Zeus, eram responsáveis por conduzir a criatividade humana e conferir legitimidade às diferentes formas de expressão. Cada uma possuía um nome e uma atribuição específica: Calíope (poesia épica), Clio (história), Érato (poesia amorosa), Euterpe (música), Melpômene (tragédia), Polímnia (hinos e retórica), Terpsícore (dança), Tália (comédia) e Urânia (astronomia). Embora integrassem um mesmo conjunto, distinguiam-se pelas funções que desempenhavam, revelando que a própria ideia de inspiração estava associada à singularidade de cada figura.

A escolha de três supermodelos como objeto desta investigação, em meio a um universo amplo e heterogêneo de personalidades que marcaram a história da moda, não pretende estabelecer uma correspondência direta entre essas mulheres e as divindades gregas. A aproximação ocorre em outro nível: interessa observar como o próprio campo da moda mobilizou historicamente a figura da Musa como um operador discursivo, atribuindo esse lugar simbólico àquelas que, durante a década de 1990, foram associadas à inspiração e à consagração de criadores como Gianni Versace⁷, Azzedine Alaïa, Karl Lagerfeld, Valentino Garavani, entre outros célebres estilistas⁸.

Para compreender a força simbólica adquirida por essas figuras, é necessário situar historicamente a emergência da supermodelo como acontecimento discursivo no interior da indústria da moda. O conceito consolidou-se entre o final dos anos 1980 e o início dos anos 1990, em um contexto marcado pela expansão global da cultura visual, pela crescente espetacularização da moda e pela aproximação cada vez mais intensa entre passarelas, publicidade, entretenimento e meios de comunicação.

⁶ O termo grego *mouseïon* — *μουσεῖον* — designava, na Grécia Antiga, o “Templo das Musas”, espaço consagrado às divindades inspiradoras das artes, das ciências e do conhecimento. É desse vocábulo que deriva a palavra “museu”, preservando a ideia de um lugar dedicado à memória, à criação e ao cultivo do saber.

⁷ A marca italiana Versace, fundada por Gianni Versace, incorporou amplamente referências à mitologia grega em sua identidade visual e estética — tendo a Medusa como emblema — e desempenhou papel decisivo na consolidação do fenômeno das supermodelos.

⁸ Nesse gesto, caberia indagar: ao serem posicionados como aqueles que elegem, consagram e legitimam as “musas das passarelas”, não estariam esses estilistas sendo simbolicamente alçados à condição de deuses contemporâneos no interior desse regime discursivo?

Nesse período, a palavra supermodelo passou a designar mulheres cuja circulação ultrapassava o universo tradicional dos desfiles e editoriais. Elas passaram a ocupar campanhas publicitárias, capas de revistas, programas televisivos, videocliques, produções cinematográficas e outros espaços de visibilidade próprios da cultura midiática global. Sua relevância não estava restrita ao êxito profissional, mas à capacidade de condensar valores, narrativas e imagens associadas à beleza, ao prestígio e ao sucesso. Essa conjuntura contribuiu para inscrevê-las como figuras centrais do imaginário cultural de sua época (Santos, 2022).

Entre os acontecimentos que marcaram esse processo, destacam-se as capas de revistas de moda⁹, como a célebre edição de janeiro de 1990 da *British Vogue*¹⁰, fotografada por Peter Lindbergh, frequentemente reconhecida como um dos marcos visuais da consolidação das supermodelos como fenômeno cultural. A participação de Naomi Campbell, Linda Evangelista, Christy Turlington, Cindy Crawford e Tatjana Patitz no videoclipe¹¹ da música *Freedom! '90*, de George Michael, também contribuiu para deslocar essas mulheres do espaço restrito da moda para o centro da cultura pop internacional. Da mesma forma, os desfiles da Versace¹², que participaram ativamente do processo de mitologização de suas imagens.

A presença das supermodelos no imaginário contemporâneo demonstra que sua importância não permaneceu limitada ao contexto histórico dos anos 1990. Décadas depois, seus nomes continuam sendo mobilizados pela imprensa especializada, pela publicidade e pelos grandes eventos da moda, evidenciando a permanência de seu capital simbólico e de sua capacidade de produzir sentidos no presente.

⁹ Em respeito aos direitos autorais e às normas de uso de imagens, as capas da *British Vogue* mencionadas ao longo deste artigo — consideradas marcos na consolidação e na projeção internacional das supermodelos — são apresentadas exclusivamente por meio de referências textuais. As versões originais encontram-se disponíveis na internet para consulta pública, por meio dos links indicados nas referências.

¹⁰ Ver: Crawford (2016). A capa da edição de janeiro de 1990 da *British Vogue* apresenta cinco supermodelos — Naomi Campbell, Linda Evangelista, Christy Turlington, Cindy Crawford e Tatjana Patitz — posicionadas lado a lado, em enquadramento aproximado, olhando diretamente para a câmera. A fotografia, realizada por Peter Lindbergh nas ruas do Meatpacking District, em New York, retrata as modelos com roupas em tons neutros e maquiagem discreta, privilegiando suas expressões e a proximidade entre elas. A composição enfatiza a força coletiva do grupo e se consolidou como uma das imagens mais emblemáticas da história da moda contemporânea.

¹¹ Ver: George Michael (2009). O videoclipe apresenta um cenário predominantemente urbano e industrial. Foi gravado no interior de um vasto edifício industrial no distrito de Merton — em Londres, na Inglaterra. O vídeo alterna cenas nos amplos espaços internos do edifício com tomadas externas, reunindo o cantor e as supermodelos Naomi Campbell, Linda Evangelista, Christy Turlington, Cindy Crawford e Tatjana Patitz. Ao longo da narrativa, as modelos interpretam a canção por meio de expressões, gestos e deslocamentos diante da câmera, enquanto objetos associados à imagem pública do artista são destruídos simbolicamente, reforçando a narrativa de ruptura com sua antiga identidade midiática. O videoclipe foi lançado oficialmente em novembro de 1990 e encontra-se disponível no YouTube.

¹² Entre os desfiles mais icônicos da marca italiana, destacam-se o *Versace Fall 1991*, marcado pela consagração das supermodelos na passarela, e o *Versace Women's Spring-Summer 2018*, concebido por Donatella Versace como uma homenagem a seu irmão, Gianni, reunindo algumas das supermodelos que ele mais admirava.

Um exemplo significativo desse movimento é a série documental *The Super Models*¹³, lançada pela *Apple TV+* em 20 de setembro de 2023, dirigida por Roger Ross Williams e Larissa Bills. A produção acompanha as trajetórias de Naomi Campbell, Cindy Crawford, Linda Evangelista e Christy Turlington, reinscrevendo essas figuras no centro da atenção pública e atualizando suas narrativas no interior da cultura midiática contemporânea. No mesmo ano, as quatro protagonizaram a edição de setembro¹⁴ da *British Vogue*, em ensaio fotográfico realizado por Rafael Pavarotti, retomando simbolicamente um espaço editorial historicamente associado à consagração da moda.

Esse movimento também pode ser observado em aparições conjuntas, como o encerramento do *Vogue World: London*¹⁵, em setembro de 2023, momento em que voltaram a ocupar uma posição de destaque na cena da moda internacional. A presença das três supermodelos no evento é indicativa de como suas trajetórias permanecem associadas a uma ideia de excelência e distinção, reafirmando o lugar que conquistaram na história.

Se, no Olimpo helênico, cada Musa possuía um nome e uma função singular, as supermodelos também foram constituídas a partir de nomes próprios, trajetórias particulares e imagens públicas que, embora compartilhem elementos comuns, apresentam diferenças significativas.

A indústria da moda e os dispositivos midiáticos participaram da elaboração de narrativas específicas sobre cada uma delas, inscrevendo-as em posições diferenciadas no interior desse universo simbólico. O movimento analítico proposto neste artigo busca, portanto, deslocar a compreensão dessas mulheres como figuras naturalmente excepcionais ou dotadas de uma distinção inata, para examiná-las como sujeitos historicamente produzidos por práticas discursivas que envolvem consagração, visibilidade, reconhecimento e atribuição de sentidos.

Analisar esses mecanismos significa interrogar a própria lógica que transformou determinadas modelos em “musas” contemporâneas. Como observa Veyne (2011, p. 179), “sem

¹³ Ver: Apple Tv+ (2023).

¹⁴ Ver: Singer (2023); Enniful (2023). A capa da edição de setembro de 2023 da *British Vogue*, intitulada *The Super Fashion Issue*, apresenta Naomi Campbell, Linda Evangelista, Christy Turlington e Cindy Crawford reunidas pela primeira vez em uma capa da revista desde janeiro de 1990. Fotografadas por Rafael Pavarotti, as quatro supermodelos aparecem em uma composição vertical e assimétrica, vestidas predominantemente em preto. Linda Evangelista ocupa a lateral esquerda da imagem, Naomi Campbell posiciona-se ao centro, Christy Turlington permanece em pé à direita e Cindy Crawford surge sentada em primeiro plano. As modelos dirigem o olhar para a câmera, enquanto a predominância de tons escuros contrasta com o fundo claro e com o logotipo da revista. A composição celebra o legado construído por essas mulheres ao longo de décadas de carreira profissional na indústria da moda.

¹⁵ Ver: Vogue (2023). O *Vogue World: London* foi um evento realizado pela *British Vogue* em setembro de 2023 para celebrar a história da moda britânica. Reunindo moda, artes cênicas e música, o espetáculo contou com a participação de Naomi Campbell, Linda Evangelista e Christy Turlington.

um discurso, não haveria para nós objeto conhecido, não existiria o sujeito humano sem uma subjetivação”. É a partir dessa compreensão — segundo a qual os discursos não apenas nomeiam objetos e sujeitos, mas participam de sua constituição — que se desenvolvem as análises apresentadas a seguir.

3.1 A musa do ativismo político, da personalidade temperamental e das polêmicas internacionais: Naomi Campbell

Entre as figuras mais reconhecidas da história recente da moda, destaca-se a modelo britânica Naomi Campbell. Nascida em Londres, em 1970, iniciou sua carreira ainda na adolescência e tornou-se uma das personalidades mais emblemáticas da indústria da moda contemporânea, mantendo sua atuação e presença pública até o presente.

Na seção “*Cultura e Moda*”, a revista *Marie Claire Brasil* publicou uma notícia intitulada “*De modelo ilustre a ícone absoluto: o mundo é de Naomi Campbell e estamos apenas vivendo nele*”. O texto, cuja autoria é atribuída à Laura Reif, foi publicado em outubro de 2023. O subtítulo destaca: “*Em feito inédito, a carreira de Naomi Campbell vira tema de exposição do museu inglês Victoria and Albert — e motivos não faltam; explicamos por que a supermodelo tornou-se um ícone que transcendeu as passarelas*”. Nela, lemos as seguintes passagens:

Naomi Campbell dispensa apresentações — e até o sobrenome, que tornou-se apenas uma mera formalidade. Aos 53 anos, Naomi foi o ponto central de atenção da última semana de moda de Paris (para a tristeza das nepo babies da indústria) e **um anúncio recente elevou ainda mais a mística por trás de seu nome:** os 40 anos de sua carreira na moda são o novo tema de uma mega exposição do museu Victoria and Albert, na Inglaterra, contemplando, pela primeira vez, uma modelo como foco (...) **Considerada a “maior supermodelo de todas”**, segundo crivo da revista *Interview* em 1990, ela também estrelou clipes de artistas como George Michael, Madonna e Beyoncé. Mais do que compor o grupo das top models mais reverenciadas do mundo, o Big Six — ao lado de Linda Evangelista, Claudia Schiffer, Kate Moss, Cindy Crawford e Christy Turlington — **ela é uma mulher combativa, elegante e ativista.** A londrina foi descoberta com 15 anos e rapidamente ganhou destaque na indústria (...) **A moda não é conhecida por ser o espaço mais diverso do mundo e ela nunca teve medo de pontuar isso** (Reif, 2023, grifos nossos).

A publicação constrói Naomi Campbell como um sujeito que ultrapassaria¹⁶ a condição profissional de modelo para inscrevê-lo no campo do mito e da excepcionalidade histórica. O próprio título — “o mundo é de Naomi Campbell e estamos apenas vivendo nele” — opera como uma hipérbole fundadora, isto é, como um exagero intencional de uma ideia para intensificar a expressão e dar ênfase: não se trataria apenas de uma mulher bem-sucedida, mas de uma figura que reorganizaria simbolicamente o centro do mundo da moda. O enunciado produz um efeito de totalidade e soberania, como se Campbell não apenas participasse do mundo da moda, mas o governasse.

O subtítulo, ao enfatizar que sua carreira se tornou tema de exposição no *Victoria and Albert Museum*, em Londres, desloca a figura da supermodelo britânica do espaço da efemeridade das passarelas para o território da memória institucionalizada. O museu funciona como instância de consagração e legitimação histórica. Ao afirmar que se trataria de um feito inédito — a primeira vez que uma modelo se torna foco de uma exposição museológica — o discurso produz um efeito de acontecimento, singularizando sua trajetória em relação à carreira de outras modelos da indústria.

Cabe observar, ainda, que tal consagração não ocorre em qualquer instituição, mas em um museu britânico que institucionaliza uma supermodelo nascida na Inglaterra. Esse dado importa porque evidencia que os processos de legitimação cultural também se articulam a pertencimentos nacionais e a políticas de memória. Assim, a exposição não apenas reconhece uma trajetória individual, mas também participa da produção de uma narrativa autorizada sobre quem merece ser preservado, celebrado e monumentalizado na história da moda.

Nesse sentido, no nível do discurso, Naomi Campbell não seria apenas uma profissional da moda, mas um patrimônio cultural londrino, monumentalizada pelo aparelho museológico. Nesse gesto, a revista participa da produção dessa monumentalização, reiterando o pretenso estatuto excepcional da supermodelo.

Simultaneamente, essa formulação também reinscreve Londres no mapa simbólico das capitais da moda, aproximando-a de um circuito historicamente hierarquizado. Se Paris já se afirmava como centro de irradiação desde a política cultural de Luís XIV, e Nova Iorque e Milão consolidaram-se ao longo do século XX como polos produtivos e midiáticos, Londres

¹⁶ No desenvolvimento das análises, optamos pelo emprego recorrente de construções no tempo condicional (por exemplo, “seria”, “teria”, “faria” etc.), como estratégia discursiva e epistemológica. Essa escolha não se configura como hesitação argumentativa, mas como gesto teórico coerente com os pressupostos da Análise de Discurso de orientação francesa, na medida em que evita a naturalização dos enunciados examinados. Nesse sentido, buscamos marcar que não se trata de tomar os dizeres midiáticos como verdades evidentes ou transparentes, mas de compreendê-los como construções históricas, situadas e atravessadas por relações de poder e saber.

teria se estabilizado de modo mais tardio nesse circuito. Nesse sentido, ao acolher tal exposição, a cidade não apenas legitima a trajetória da supermodelo, mas também atualiza sua própria posição como instância de autoridade e memória no campo da moda.

O enunciado “*Naomi dispensa apresentações — e até o sobrenome*” é particularmente indicativo do processo de mitificação. O apagamento simbólico do sobrenome sugere que seu nome próprio bastaria, funcionando como marca autossuficiente. “Naomi” torna-se, então, signo absoluto, remetendo à lógica de celebridades cuja identidade se condensa em um único nome. Esse efeito discursivo produz uma figura de sujeito que não necessitaria de complementos ou explicações: ela seria reconhecível por si mesma, como mito estabilizado na memória coletiva da moda contemporânea.

Ao mencionar que, aos 53 anos, Naomi foi o centro das atenções na Semana de Moda de Paris, “*para a tristeza das nepo babies da indústria*”, o texto a posiciona em tensão com uma geração de modelos associada ao privilégio hereditário. Nesse movimento, a revista constrói Naomi como contraponto meritocrático e resistente, alguém cuja autoridade simbólica não dependeria de linhagens familiares, mas de uma trajetória construída por ela mesma.

O título de “*maior supermodelo de todas*” reativa a memória discursiva do passado e reinscreve Naomi no panteão das supermodelos. A referência ao chamado “*Big Six*”, grupo formado por ela, Linda Evangelista, Christy Turlington, Cindy Crawford, Claudia Schiffer e Kate Moss, funciona como dispositivo de consagração coletiva. No entanto, embora componha o grupo, Naomi é discursivamente destacada como ápice. O coletivo serve como moldura de glória, mas o foco do texto recai sobre sua pretensa singularidade em relação às outras supermodelos.

Quando a reportagem a descreve como “*mulher combativa, elegante e ativista*”, articula duas dimensões, estética e política, deslocando sua imagem para além da beleza e da performance corporal, aspectos pelos quais as modelos são, comumente, reconhecidas. O enunciado de que “*ela nunca teve medo de pontuar*” a falta de diversidade na moda constrói uma posição-sujeito destemida, capaz de confrontar a própria indústria que a consagrou.

Em maio de 2025, a *L'Officiel Brasil* publicou, na seção “*Pop Culture*”, uma matéria intitulada “*Naomi Campbell faz 55 anos: veja 8 curiosidades sobre a modelo*”, cuja autoria é atribuída à própria revista. O subtítulo destaca que Naomi Campbell “*faz parte do seleto grupo que pode ser chamado de supermodelos*”, situando-a no interior dessa categoria específica construída pela indústria da moda, onde lemos:

Nesta quinta-feira, 22 de maio, Naomi Campbell celebra seus 55 anos. Considerada **uma das maiores modelos de todos os tempos, a britânica tem uma carreira marcada por desfiles lendários, campanhas de prestígio e uma personalidade forte que moldou gerações no mundo da moda**. 1. Foi a primeira modelo negra a estampar capas históricas: **Naomi abriu portas em uma indústria dominada por brancas (...)** **Enfrentou polêmicas e se reergueu:** ao longo dos anos, Naomi teve episódios de **comportamento explosivo amplamente divulgados pela mídia, incluindo agressões a funcionários**. Em 2007, **foi condenada a realizar serviço comunitário**. Hoje, é vista como um **exemplo de superação e foco em causas sociais (...)** também **é envolvida em campanhas antirracistas e de inclusão na moda** (L'official Brasil, 2025, grifos nossos).

A notícia constrói a imagem pública de Naomi Campbell a partir de uma dupla operação discursiva: consagração e redenção. Diferentemente do tom mais monumentalizante observado na *Marie Claire Brasil*, aqui a narrativa se organiza pela lógica da enumeração de “curiosidades” sobre a supermodelo, estratégia discursiva que produz um efeito de proximidade biográfica, ao mesmo tempo em que reafirma sua pretensa excepcionalidade histórica, já observada em outras publicações.

A ênfase no fato de ter sido, supostamente, a primeira modelo negra a estampar capas históricas¹⁷ inscreve sua trajetória no campo da ruptura racial. O enunciado de que Naomi “*abriu portas em uma indústria dominada por brancas*” constrói uma posição-sujeito pioneira, que teria tensionado a hegemonia racial do campo da moda. Aqui, a dimensão racial aparece de forma mais explícita do que na matéria anterior, inscrevendo Campbell como suposta figura de transformação estrutural.

Contudo, importa destacar que, ao mesmo tempo em que projeta a supermodelo britânica como marco racial na história da moda, a matéria também opera um apagamento de outras trajetórias negras que a antecederam¹⁸. Ao sugerir que a ruptura se iniciaria com sua ascensão, o discurso silencia nomes como Donyale Luna, Naomi Sims, Beverly Johnson, Pat Cleveland e Iman Abdulmajid, cujas presenças já haviam desestabilizado, em diferentes contextos, a hegemonia branca nesse campo. Desse modo, ao inscrevê-la como pioneira absoluta, a narrativa midiática tende a condensar em uma única figura um processo histórico mais amplo, atravessado por múltiplas experiências de resistência e contestação racial.

Vale observar, também, que a figura de sujeito produzida pela *L'Official* não é exclusivamente heroica; ela incorpora a narrativa da falha e da superação. Ao mencionar a sua

¹⁷ Uma dessas “capas históricas” às quais a matéria se refere seria a da *French Vogue* (1988), uma vez que Naomi Campbell teria sido a primeira mulher negra a aparecer na capa da referida revista.

¹⁸ Sobre este aspecto, indicamos a leitura do texto “As modelos negras na publicidade de moda no Brasil dos anos 1960”, de Bonadio (2012).

pretensa “*personalidade forte*” e os “*episódios de comportamento explosivo*”, amplamente divulgados pela mídia¹⁹, incluindo agressões e a condenação a serviço comunitário em 2007, de forma explícita, o texto reinscreve Naomi em um regime moral de vigilância e punição, aspecto que a humaniza.

As matérias que abordam o comportamento supostamente temperamental e explosivo de Naomi Campbell também poderiam ser lidas à luz de formações discursivas historicamente atravessadas por estereótipos raciais e de gênero, que frequentemente associam mulheres negras à agressividade, à desmedida e ao descontrole emocional.

Assim, em vez de simplesmente descrever traços de personalidade, tais enunciados participam da atualização de imaginários sociais historicamente constituídos, nos quais determinadas mulheres negras são frequentemente inscritas como figuras excessivas, ameaçadoras ou difíceis.

Como problematiza bell hooks²⁰ (2020), os regimes de representação não apenas refletem desigualdades existentes, mas também atuam na produção e na legitimação de sentidos que organizam as formas de perceber determinados sujeitos. Desse modo, a leitura midiática da postura de Naomi Campbell não pode ser dissociada das estruturas simbólicas e discursivas que atravessam a racialização dos comportamentos, influenciando os modos pelos quais suas ações são interpretadas e discursivamente constituídas.

Na publicação, a referência à sanção jurídica introduz a dimensão disciplinar: ao longo do tempo, o corpo glorificado da supermodelo britânica também foi um corpo regulado e responsabilizado, aspecto que complexifica sua imagem pública. Contudo, essa memória negativa é rapidamente reorganizada sob o signo da redenção. As formulações “*enfrentou polêmicas e se reergueu*” e “*hoje, é vista como um exemplo de superação*” produz um deslocamento temporal que reconfigura o passado controverso como etapa supostamente superada.

Esse gesto discursivo é interessante, pois permite que a narrativa articule escândalo público e reabilitação sem comprometer o mito. Ao enfatizar seu envolvimento em campanhas antirracistas e de inclusão, o texto reinscreve Naomi no campo do engajamento social. A

¹⁹ Naomi Campbell envolveu-se, ao longo dos anos 2000, em diferentes controvérsias amplamente divulgadas pela mídia internacional, sobretudo relacionadas a acusações de agressão a funcionários. Em 2007, após admitir ter atirado um telefone celular contra uma assistente, foi condenada por um tribunal de New York a cumprir serviço comunitário e participar de sessões de controle de raiva. Outros episódios semelhantes também resultaram em acordos judiciais e sanções legais.

²⁰ Opta-se, neste artigo, por grafar o nome de bell hooks em letras minúsculas, em respeito à opção da própria autora, que adotava essa grafia como um gesto político de deslocamento da centralidade do nome individual em favor das ideias e da escrita.

combatividade, que na *Marie Claire Brasil* aparecia como enfrentamento direto da falta de diversidade na indústria, aqui surge como atuação em causas institucionais. O ativismo funciona como elemento de reequilíbrio simbólico, capaz de reinscrever os episódios polêmicos em uma trajetória de pretensão amadurecimento.

Se colocarmos as duas matérias em relação, percebemos que ambas produzem Naomi Campbell como figura histórica incontornável, mas por caminhos distintos. A *Marie Claire Brasil* privilegia a monumentalização e a mística do nome, sobretudo ao enfatizar sua consagração museológica no *Victoria and Albert Museum*, construindo uma figura de sujeito quase soberana e patrimonializada. Já a revista *L'Officiel Brasil* aposta na narrativa biográfica que combina pioneirismo racial, conflito público e superação, compondo uma figura que é simultaneamente mítica e humanizada, excepcional e problemática.

Em uma matéria publicada pela *Vanity Fair*, sob o título “*Naomi: In Fashion — Chronicles the Rise and Domination of Naomi Campbell*” — “*Naomi: Na Moda — Uma Crônica da Ascensão e Dominação de Naomi Campbell*” — assinada por Arimeta Diop e publicada em junho de 2024, apresenta-se o lançamento de um livro que acompanha a exposição realizada pelo *Victoria and Albert Museum*, em Londres, dedicada à trajetória da supermodelo. Nela, lemos as seguintes passagens:

Ao longo dos últimos 40 anos, a supermodelo Naomi Campbell trilhou um caminho incansável no mundo da moda e além, sem demonstrar qualquer sinal de desaceleração (...) Acompanhando a exposição homônima no Victoria & Albert Museum, com inauguração em 22 de junho, o catálogo apresenta seu portfólio selecionado pessoalmente, com reflexões sobre os looks reunidos, e analisa o impacto de sua presença em cinco vertentes: **supermodelo, musa, construtora de marcas, colaboradora criativa e ativista (...)** A imitação pode ser a maior forma de elogio, mas para **alguém que se mantém firme em sua individualidade**, a inspiração talvez seja uma homenagem mais elogiosa. Aqui, uma seleção de peças imbuídas com um toque da essência da supermodelo (Diop, 2024, tradução nossa, grifos nossos).

Como podemos observar, a publicação contribui para a construção da imagem pública de Naomi Campbell a partir de uma lógica de monumentalização histórica, regularidade discursiva já identificada em outras publicações. Ao situá-la “*ao longo dos últimos 40 anos*” e destacar que sua trajetória segue “*sem qualquer sinal de desaceleração*”, o texto produz um efeito de permanência e continuidade, deslocando-a da imagem da modelo associada à juventude efêmera para a de figura durável, quase institucional.

A temporalidade extensa, articulada à legitimação museológica e editorial, contribui para inscrevê-la em uma memória cultural estabilizada, como se sua presença ultrapassasse as contingências do mercado e se consolidasse como patrimônio simbólico da moda.

A ideia de “*ascensão e dominação*”, já anunciada no título, reforça essa construção de protagonismo e poder. Naomi não teria apenas participado do sistema da moda, mas o teria atravessado de forma ascendente e dominante, ocupando posições estratégicas e ampliando sua influência para além das passarelas. O uso do termo “*dominação*” sugere não apenas sucesso, mas hegemonia simbólica, indicando que sua atuação teria produzido efeitos (re)estruturantes no próprio campo da moda. Logo, o discurso não a posiciona como figura passiva do espetáculo, mas como sujeito de transformação e comando.

Adicionalmente, o texto organiza sua imagem em cinco vertentes — “*supermodelo, musa, construtora de marcas, colaboradora criativa e ativista*” — operando uma ampliação discursiva que multiplica suas posições-sujeito e complexifica sua figura pública. Essa enumeração funciona como dispositivo de totalização identitária, compondo uma subjetividade polivalente, capaz de transitar entre estética, mercado, criatividade e política.

Note-se que, nessa matéria, mais uma vez a imagem mitológica da “Musa” grega é convocada, e não de maneira fortuita, pois, como nos explica Gregolin (2004, p. 29), “todo enunciado liga-se a uma memória e, assim, não há enunciado que, de uma forma ou de outra, não reatualize outros enunciados”. Tal referência reativa uma memória cultural que associa as supermodelos à inspiração e à elevação estética, reinscrevendo Naomi em uma tradição simbólica que remonta à Antiguidade clássica.

A analogia com a ideia de musa configura-se, portanto, como uma regularidade discursiva que atravessa diferentes matérias sobre Naomi Campbell e outras supermodelos, reiterando um mesmo repertório simbólico. Isso porque, como nos diz Fernandes (2012, p. 25), “todo discurso resulta de um já-dito”. Essa recorrência sugere que o discurso midiático tende a reinscrever essas mulheres no lugar de inspiração e excepcionalidade quase mítica.

Em conclusão, as análises das matérias permitem compreender que a figura pública da supermodelo londrina é produzida por um jogo discursivo que articula sentidos de consagração, pretensão pioneirismo e permanência histórica. Ao ser inscrita como patrimônio cultural, como figura de ruptura racial e como uma pessoa de personalidade supostamente “forte” e “temperamental”, que teria atravessado escândalos para reinscrever-se como ativista, o discurso midiático a constitui como uma figura de sujeito complexa no universo da moda.

3.2 A musa da beleza camaleônica, divina e mítica: Linda Evangelista

Outra figura central na consolidação da supermodelo como fenômeno cultural é a canadense Linda Evangelista, nascida em 1965. Reconhecida por sua versatilidade diante das câmeras e por sua capacidade de incorporar diferentes propostas estéticas ao longo da carreira, Evangelista tornou-se uma das personalidades mais celebradas da indústria da moda. Sua presença em centenas de capas de revistas e editoriais internacionais contribuiu para a construção de uma imagem pública associada à transformação, à inovação e à excelência profissional no campo da moda.

Em janeiro de 2024, a *V Magazine* publicou a matéria intitulada “*V146: For the Love of Linda Evangelista by Steven Klein*” — “*V146: Pelo Amor de Linda Evangelista, por Steven Klein*”, com texto assinado por Mathias Rosenzweig. O subtítulo — “*One of fashion’s ultimate muses returns to the pages of V, ready to reclaim her throne*” — “*Uma das musas supremas da moda retorna às páginas da V, pronta para retomar seu trono*” — anuncia o retorno de Linda Evangelista à revista, onde lemos:

A imprensa sempre chamou Linda Evangelista de "camaleão", e com razão. A semideusa da moda vem se transformando desde os anos 80, quando sua carreira de modelo catapultou o rosto anguloso da canadense a um dos mais famosos do mundo. No entanto, ao contrário de um camaleão de verdade, Evangelista nunca tentou se camuflar (...) Agora, com uma nova geração de admiradores venerando a performance artística de Evangelista como modelo, bem como sua natureza inerentemente sincera, a verdadeira rainha da reinvenção nos lembra exatamente do que estávamos perdendo desde a última vez que a vimos (Rosenzweig, 2024, tradução nossa, grifos nossos).

Discursivamente, a revista constrói a imagem pública de Linda Evangelista por meio de um léxico que ultrapassa a simples descrição profissional e a inscreve em uma ordem simbólica de excepcionalidade. Já no subtítulo — “*uma das musas supremas da moda retorna às páginas da V, pronta para retomar seu trono*” — duas operações se destacam: a designação como “*musa suprema*” e a evocação da figura do “*trono*”.

Nesse momento, vale salientar a presença do interdiscurso na construção da “aura” de Evangelista, ao associá-la também a uma figura mitológica. Sobre este aspecto, Orlandi (2007, p. 31) nos explica que o interdiscurso “é definido como aquilo que fala antes, em outro lugar, independentemente”. A autora destaca que aquilo que chamamos de memória discursiva “é o saber discursivo que torna possível todo dizer e que retorna sob a forma do pré-construído, o já-dito que está na base do dizível, sustentando cada tomada de palavra”.

A matéria retoma diretamente a imagem histórica e mitológica da Musa como instância legitimadora da criação artística, ao mesmo tempo em que aciona o imaginário monárquico, produzindo sentidos de soberania, hierarquia e reinado em torno de Evangelista. Observe-se que não se trata apenas de uma modelo que retornaria às páginas de uma revista de moda, mas de um sujeito que deveria ocupar um lugar soberano e mitológico.

No corpo do texto, essa elevação simbólica se intensifica. A alcunha de *“fashion chameleon”* (*camaleão da moda*) — recorrente na mídia²¹ quando se trata de Evangelista — é reafirmada como pretensa marca identitária, associando a supermodelo canadense à metamorfose e à reinvenção constantes, uma vez que ela seria capaz de encarnar diversos estilos nas passarelas e editoriais.

A escolha intencional de termos²² como *“semideusa da moda”*, *“musa suprema”*, *“verdadeira rainha da reinvenção”* e a referência à sua suposta *“natureza inerentemente sincera”* reforçam essa construção. Na perspectiva da ADF, compreendemos que o vocabulário mobilizado nas matérias não é neutro: neste caso, ele opera uma elevação semântica que aproxima Evangelista de uma figura mítica, dotada de aura e transcendência, tal como as musas gregas e deusas olímpicas.

Ainda que sua função profissional seja desfilarm e posar — isto é, performar roupas e imagens concebidas por criadores do universo da moda — o discurso desloca sua imagem para a posição de fonte inspiradora, soberana e quase divina. Desse modo, a matéria participa da produção de uma mitologia contemporânea em torno da supermodelo: Evangelista é produzida não apenas como profissional bem-sucedida, mas como entidade excepcional, pretensamente distinta das demais, detentora de uma beleza e de uma presença que excederiam o ordinário.

Em agosto de 2022, a revista *Vogue* — em sua versão britânica — publicou uma notícia escrita por Sarah Harris, intitulada *“Back In Bloom: The Rebirth Of The Indomitable Linda Evangelista”* — *“De volta a florescer: o renascimento da indomável Linda Evangelista”*. No subtítulo, lemos a seguinte passagem: *“Na frente da câmera, ou longe de seu olhar, Linda Evangelista é, foi e sempre será o verdadeiro negócio. Agora, a super original retorna à Vogue*

²¹ Ver: Blanks (2014). No vídeo, intitulado *“Linda Evangelista: The Fashion Chameleon”*, o jornalista de moda Tim Blanks revisita momentos marcantes da trajetória da supermodelo, destacando sua capacidade singular de transformação estética ao longo da carreira. Ao comentar editoriais, campanhas e desfiles, Blanks explica por que a considera sua modelo favorita de todos os tempos, atribuindo esse reconhecimento à sua extraordinária versatilidade camaleônica, que lhe permitia assumir identidades visuais diversas sem perder sua força expressiva.

²² Em uma perspectiva da ADF, além da classificação sintática, esses usos linguísticos podem ser compreendidos como designações ou formulações nominais avaliativas, pois não apenas nomeiam, mas atribuem valores e posições simbólicas ao sujeito referido. No caso das supermodelos, funcionam como epítetos laudatórios ou nomeações metafóricas, produzindo sentidos de excepcionalidade, autoridade e consagração.

para compartilhar sua história com Sarah Harris. Fotografias de Steven Meisel. Styling por Edward Enninful". Nela, lemos:

Linda tem uma presença que poderia abrir um oceano. A derradeira glamazon, ela era a supermodelo mais importante de todas. Sempre retratada como a impiedosa, provavelmente por causa de suas exigências brilhantes (foi Linda quem brincou: “Nós não acordamos por menos de US\$ 10.000 por dia”), mas também, talvez, porque sua beleza era tão exigente que beirava em intimidar. Aqueles olhos felinos azul-claros, inclinados para cima, provavelmente o nariz mais lindo de todos os tempos, sobrancelhas arqueadas, uma mandíbula de sonhos, aquela boca de megawatt (...) você nunca sabia qual Linda você ia conseguir: morena, loira platinada, cobre escaldante (...) E considere Linda, uma das mulheres mais fotografadas do mundo — uma mulher que durante a maior parte de sua vida adulta tinha visto como seu rosto e seu corpo muitas vezes somavam a soma de seu valor. A aparência dela é a sua moeda de troca. E, imagina-se, quando você é abençoado com uma beleza tão excepcional, assistir a isso desaparecer, mudar ou se deformar — e para o mundo testemunhar isso também — deve ser uma cruz ainda mais pesada de carregar (Harris, 2022, tradução nossa, grifos nossos).

Aqui, a imagem de Linda Evangelista é produzida por um movimento ambivalente: ao mesmo tempo em que é endeusada como pretensão epítome da beleza e da superioridade estética, é reinscrita em uma narrativa de vulnerabilidade que a humaniza. O próprio título aciona a metáfora do renascimento, sugerindo que sua trajetória teria sido marcada por um momento de “morte” — notadamente, simbólica — para, então, florescer novamente. Sobre este aspecto, Edgar Morin reflete que:

Os novos olímpianos são, simultaneamente, magnetizados no imaginário e no real, simultaneamente, ideais inimitáveis e modelos imitáveis; sua dupla natureza é análoga à dupla natureza teológica do herói-deus da religião cristã (...) A imprensa de massa, ao mesmo tempo que investe os olímpianos de um papel mitológico, mergulha em suas vidas privadas a fim de extrair delas a substância humana que permite a identificação (Morin, 1997, p. 112-113).

Esse processo de construção simbólica da imagem de Evangelista — divina, mítica e, ao mesmo tempo, humana — pode ser compreendido à luz da noção de enquadramento, conforme formulada por Judith Butler. Para a filósofa estadunidense, “as estruturas de enquadramento não apenas organizam a realidade, mas também produzem o campo do que será reconhecível como realidade” (Butler, 2015, p. 23). Ainda de acordo com seu pensamento, “o enquadramento decide sobre a condição de visibilidade e a condição de reconhecibilidade das

vidas” (Butler, 2015, p. 23). A forma como vemos e dizemos Linda Evangelista é, assim, efeito do enquadramento operado pela indústria da moda e pela mídia.

No corpo do texto, a descrição física opera quase como uma ode a Evangelista e à sua beleza: “*a supermodelo mais importante de todas*”, “*a derradeira glamazon*”, “*provavelmente o nariz mais lindo de todos os tempos*”, “*uma mandíbula de sonhos*”. O discurso enumera traços corporais como se construísse uma escultura verbal, elevando seu corpo à condição de obra-prima. Note-se que, enquanto Naomi Campbell é discursivizada a partir de questões como personalidade forte, temperamento explosivo e ativismo na moda, Linda Evangelista é produzida, predominantemente, pela discursivização do corpo.

A beleza da supermodelo é apresentada como excesso — uma vez que ela seria tão bela que “*beirava em intimidar*” — produzindo uma imagem que se aproximaria do sublime e do inatingível. Entretanto, essa exaltação é tensionada por um gesto de humanização. Quando o texto afirma que “*a aparência dela é a sua moeda de troca*” e sugere que ver essa beleza “*desaparecer, mudar ou se deformar*” seria “*uma cruz ainda mais pesada de carregar*”, desloca-se do plano da divinização para o da fragilidade.

A beleza, antes apresentada como dom quase divino, é reinscrita como capital vulnerável ao tempo, à intervenção médica e ao julgamento público. A supermodelo endeusada torna-se, então, corpo exposto à perda e ao sofrimento, produzindo uma figura de sujeito atravessada pela dor e pela finitude. Note-se que o discurso remete à exterioridade, àquilo que é histórico: nos últimos anos, Evangelista enfrentou problemas ao realizar um procedimento estético malsucedido, que teria deformado o seu rosto, caso amplamente divulgado pela mídia²³.

Há ainda um ponto discursivamente significativo: a publicação afirma que Linda “*era a supermodelo mais importante de todas*”, enquanto, em textos anteriores, como vimos, Naomi Campbell foi designada também “*a maior supermodelo de todas*”. Essa oscilação evidencia que o título de “maior” ou “mais importante” não é um dado estável, mas efeito de disputas simbólicas no interior do campo midiático. O discurso não apenas descreve uma hierarquia: ele a produz, deslocando o lugar da supremacia conforme a narrativa e o foco editorial.

²³ Em 2021, Linda Evangelista tornou público que havia desenvolvido hiperplasia adiposa paradoxal (HAP), uma reação rara associada ao procedimento estético *CoolSculpting*, que teria sido realizado pela empresa norte-americana *Zeltiq Aesthetics*. Segundo a modelo, após o tratamento, realizado entre 2015 e 2016, surgiram alterações corporais que afetaram sua aparência e sua relação com o próprio corpo, levando-a a se afastar da vida pública por alguns anos. Evangelista processou a empresa responsável pelo procedimento, alegando danos físicos e emocionais; o caso foi posteriormente encerrado por meio de um acordo entre as partes. O episódio ganhou ampla repercussão na imprensa internacional por tensionar discursos contemporâneos sobre beleza, envelhecimento, corpo e os padrões de aparência associados à indústria da moda.

Já em uma reportagem publicada pela *Harper's Bazaar* em abril de 2025, na seção “*Fashion Models*”, sob o título “*Linda Evangelista Just Wants to Live*” — “*Linda Evangelista só quer viver*” — com texto de Linda Wells, fotografias de Anthony Seklaoui e styling de Carlos Nazario, a supermodelo é apresentada em um texto que revisita sua trajetória e seu momento atual:

A sequência de vitórias de Evangelista começou cedo, graças a uma harmonia perfeita entre olhos, nariz e boca, um sorriso radiante e contagiante, um pescoço longo e gracioso e uma silhueta impecável do tornozelo ao quadril. Ela era capaz de colocar dois dedos na boca e assobiar como se fosse o gesto mais elegante do mundo (...) Se Cindy era a beleza prática, transformando seu trabalho em um empreendimento comercial, e Naomi era a beleza amazônica, explosiva e poderosa, e Christy era a beleza de olhos meigos, alegre e calorosa, Linda era a purista, o ideal platônico de modelo (...) O valor de Evangelista era praticamente tangível. Ela tinha a capacidade de despertar o desejo pelas roupas que vestia. (...) Durante o reinado das supermodelos na década de 1990, Evangelista se tornou um avatar da beleza, possuindo todo o seu poder (Wells, 2025, tradução nossa, grifos nossos).

Nessa matéria, a construção de Linda Evangelista passa, antes de tudo, por uma descrição minuciosa de seu corpo. A enumeração de traços — a “*harmonia perfeita*” entre olhos, nariz e boca, o “*pescoço longo e gracioso*”, a “*silhueta impecável do tornozelo ao quadril*” — produz um efeito de completude.

Não se trata apenas de dizer que ela era bonita, como outras supermodelos, mas de detalhar uma beleza entendida como proporção, ajuste, equilíbrio entre as partes, uma beleza não meramente carnal, mas uma beleza escrita. Sobre este aspecto, Orlandi (2007, p. 10) chama a atenção para o fato de que “os sentidos estão sempre ‘administrados’, não estão soltos”. O corpo de Evangelista aparece quase como composição formal, como se obedecesse a um desenho preciso operado nas/pelas revistas de moda, no qual nada sobraria e nada faltaria.

Essa imagem também se constrói por contraste. Ao diferenciar Linda Evangelista de Cindy Crawford — esta última associada a uma “*beleza prática*”, capaz de converter sua imagem em negócio —, de Naomi Campbell — descrita como uma beleza “*amazônica, explosiva e poderosa*” — e de Christy Turlington, caracterizada por uma “*beleza de olhos meigos, alegre e calorosa*”, o texto delimita campos de significação distintos para cada supermodelo. Enquanto Cindy é vinculada ao empreendedorismo, Naomi à força e à intensidade, e Christy à delicadeza e à afabilidade, Linda é nomeada como “*a purista*”. A escolha desse termo desloca sua imagem do plano da funcionalidade ou da potência para o da

essência: ela é apresentada menos como uma personalidade exuberante e mais como a encarnação da própria ideia de modelo.

É importante destacar que esse jogo de diferenciação acerca das imagens públicas em torno das supermodelos se complementa, e temos que “considerar o que é dito em um discurso e o que é dito em outro, o que é dito de um modo e o que é dito de outro, procurando escutar o não-dito naquilo que é dito, como uma presença de uma ausência necessária” (Orlandi, 2007, p. 34), no sentido de compreendermos como elas se constituem por semelhanças e diferenças.

Quando a reportagem a define como “*o ideal platônico de modelo*”, aciona-se uma referência que remete novamente, e não por acaso, à filosofia grega e à noção de forma ideal. A expressão sugere que Linda seria não apenas um exemplo bem-sucedido dentro do campo da moda, mas uma espécie de paradigma, uma figura que sintetizaria o que seria, em termos abstratos, a “*forma ideal*” de ser modelo, uma verdadeira inspiração para outras mulheres da indústria da moda.

Nesse movimento, sua imagem se afasta do contingente e do circunstancial e se aproxima de algo mais estável, quase conceitual. Assim, conclui-se que a imagem de Evangelista construída pelos textos oscila entre o corpo concreto — minuciosamente descrito — e a elevação desse corpo à condição de modelo ideal, divino e mítico.

3.3 A musa da saúde e do bem-estar físico e espiritual: Christy Turlington

A terceira modelo a integrar o grupo *The Trinity* é Christy Turlington, nascida em 1969. A supermodelo estadunidense consolidou sua trajetória como uma das figuras mais reconhecidas da moda contemporânea, sendo associada, ao longo de sua carreira, a uma imagem de elegância, equilíbrio e sofisticação. Sua presença nas principais publicações e campanhas internacionais contribuiu para a construção de uma imagem pública marcada pela permanência e pela distinção, características que a mantiveram como uma referência no imaginário da moda.

Em uma reportagem publicada pela *British Vogue* em fevereiro de 2026, na seção “*Beauty*”, sob o título “*Christy Turlington’s ‘Non-Puritanical’ Routine Is The Reason She’s So Glowzy*” — “*A rotina ‘sem regras’ de Christy Turlington é a razão pela qual se mantém tão radiante*” — assinada por Morgan Fargo, lemos as seguintes passagens:

Tal como nas suas fotografias mais icônicas, através do Zoom, o rosto de Christy Turlington brilha - impressionante, feliz e aberto. Provavelmente a mais preocupada com o bem-estar entre as supermodelos da primeira geração, Turlington há muito que equilibra a sua vida profissional agitada

com o exercício físico e a espiritualidade. Agora, através do seu trabalho com a Every Mother Counts (a fundação para a saúde materna que fundou) e do seu mais recente papel como embaixadora global da Lancôme - uma marca com a qual diz ter “crescido” —, **Turlington está mais focada do que nunca na longevidade.** Numa conversa com a British Vogue, compartilhou um pouco do seu **regime e rotina de cuidados** (Fargo, 2026, tradução nossa, grifos nossos).

A publicação, ao ser inserida na seção “*beleza*”, já delimita o regime de leitura a partir do qual Christy Turlington deveria ser compreendida: o da aparência, do cuidado corporal e da manutenção estética. O próprio título estabelece uma relação causal entre práticas cotidianas e resultado visível, produzindo um encadeamento discursivo em que a “*radiação*” do rosto da supermodelo seria efeito direto de uma disciplina, ainda que nomeada como “*sem regras*”. O enunciado sugere espontaneidade, mas simultaneamente reinscreve a lógica da gestão de si e do autocuidado.

No corpo do texto, a descrição inicial — “*o rosto (...) brilha — impressionante, feliz e aberto*” — mobiliza um vocabulário luminoso que associa beleza a transparência moral e vitalidade interior. Note-se que brilho de Christy Turlington não seria apenas físico; ele é apresentado como expressão de um estado de espírito. Assim, opera-se uma equivalência entre aparência e interioridade, reforçando um imaginário em que o corpo visível funciona como superfície de inscrição de valores como equilíbrio, felicidade e autenticidade.

Sua caracterização como “*provavelmente a mais preocupada com o bem-estar entre as supermodelos da primeira geração*” produz uma hierarquização interna ao próprio grupo das supermodelos. Ao destacá-la como a mais comprometida com o “*bem-estar*”, o texto constrói uma figura de sujeito marcada pela consciência e pela responsabilidade, deslocando-a da simples condição de modelo para a de sujeito exemplar. O cuidado de si aparece, então, como traço distintivo, que a diferenciaria de outras colegas de trabalho.

Nesse sentido, a menção ao equilíbrio entre “*vida profissional agitada*”, “*exercício físico*” e “*espiritualidade*” articula três dimensões — trabalho, corpo e espírito — que compõem uma figura de sujeito complexa, mas construída de forma integrada e harmoniosa.

O discurso da *British Vogue* constitui uma figura de sujeito para Turlington que conjuga sucesso profissional, disciplina corporal e profundidade espiritual, produzindo uma imagem de completude. A referência à fundação *Every Mother Counts* e ao papel de embaixadora global da *Lancôme* amplia esse enquadramento, associando-a simultaneamente ao engajamento social e à legitimação pela indústria cosmética.

Por fim, o foco na “*longevidade*” e na partilha de seu “*regime e rotina de cuidados*” reinscreve a supermodelo na lógica contemporânea da autogestão permanente do corpo. A

longevidade não aparece como contingência biológica, divina ou natural (tal como as discursividades em torno de Linda Evangelista), mas como resultado de práticas contínuas de investimento em si mesma. Desse modo, a matéria não apenas descreve hábitos; ela produz um modelo normativo de feminilidade madura, no qual beleza, equilíbrio e disciplina se apresentam como efeitos visíveis de uma vida corretamente administrada.

Em um texto publicado pela *Vogue*, na versão estadunidense, na seção “*Celebrity Beauty*”, sob o título “*At 55, Christy Turlington Only Gets More Beautiful*” — “*Aos 55, Christy Turlington só fica mais bonita*” — assinado por Hannah Coates e datado de janeiro de 2024, a supermodelo é apresentada a partir de uma narrativa que destaca sua aparência aos 55 anos, enfatizando a ideia de permanência — ou intensificação — de sua beleza com o passar do tempo:

De suas maçãs do rosto proeminentes ao sorriso inconfundível, é fácil entender por que Christy Turlington (e suas colegas supermodelos, Linda Evangelista, Naomi Campbell e Cindy Crawford, todas estrelas da capa da edição de setembro de 2023 da *Vogue*) se recusava a sair da cama por menos de US\$ 10.000 em seu auge como modelo. **Nas décadas em que dominou as passarelas, vimos Turlington assumir todos os tipos de personas, de bombshell sensual a musa praiana de espírito livre.** Hoje em dia, ela é muito mais a última, com **um grande interesse em bem-estar - adora ioga, corrida e meditação** - e, aos 55 anos, está **radiante e saudável como sempre** (Coates, 2024, tradução nossa, grifos nossos).

A notícia, inserida na seção “*Celebrity Beauty*”, posiciona a imagem pública de Christy Turlington no entrecruzamento das noções de celebridade e, novamente, de beleza. O próprio título — “*Aos 55, Christy Turlington só fica mais bonita*” — desloca a expectativa socialmente associada ao envelhecimento feminino. Em vez de sugerir declínio, o enunciado produz sentidos de progressão: a beleza de Turlington é apresentada como algo que se intensificaria com o tempo. O uso do advérbio²⁴ reforça esse efeito cumulativo, produzindo uma discursividade de excepcionalidade.

Logo na abertura, o texto destaca traços físicos específicos — “*maçãs do rosto proeminentes*” e “*sorriso inconfundível*” — que singularizam o corpo e o transformam em

²⁴ No enunciado “*Christy Turlington Only Gets More Beautiful*”, a palavra “*only*” é um advérbio. Ela modifica o verbo/frase verbal, atribuindo o sentido de “apenas”, “somente”, “nada além de”. Em termos semânticos, atua como um advérbio de foco — *focusing adverb* — pois restringe a interpretação do enunciado. Em vez de simplesmente afirmar que Christy Turlington “fica mais bonita”, o advérbio produz um efeito de evidência e exclusividade: o único movimento atribuído à modelo com o passar do tempo é o de tornar-se ainda mais bela. Esse recurso intensifica a construção de uma imagem de beleza contínua e aparentemente imune ao envelhecimento, reforçando um ideal estético recorrente no discurso da moda.

marca identitária, assim como os discursos sobre o rosto de Evangelista. Ao rememorar as diferentes “*personas*” assumidas por Turlington ao longo de sua carreira — da sensualidade exuberante à musa praiana — a matéria constrói uma trajetória profissional marcada por uma pretensa versatilidade performática.

Entretanto, ao sugerir que, no presente, ela se aproximaria mais de uma figura associada ao bem-estar, o discurso parece reorganizar sua imagem sob a chave de uma maturidade equilibrada e autoconsciente. A ênfase em práticas como ioga, corrida e meditação reinscreve sua beleza na racionalidade contemporânea da autogestão e do cuidado permanente de si, deslocando-a do campo do dom natural para o da disciplina cotidiana.

Note-se que, se a beleza de Linda Evangelista é discursivamente construída como algo divino e quase inato, a de Christy Turlington é produzida, nessa matéria, como uma beleza humana, cultivável e passível de cuidados — isto é, menos marcada pela excepcionalidade mítica e mais atravessada por práticas ordinárias de manutenção e investimento sobre o próprio corpo.

Observe-se ainda que, nas matérias analisadas, a beleza de Naomi Campbell quase não aparece como elemento central: sua imagem está mais associada à personalidade forte, ao temperamento considerado explosivo, ao ativismo e à militância, e menos à ênfase em sua beleza, como ocorre com Linda Evangelista e Christy Turlington.

Notadamente, esse deslocamento não é fortuito, mas indica um modo específico de produção de sentidos em torno de sua figura, no qual determinados traços são reiteradamente mobilizados em detrimento de outros. Ao privilegiar aspectos ligados ao comportamento e à postura pública, os discursos midiáticos tendem a inscrever Naomi em um regime de visibilidade distinto, no qual sua beleza seria, em certa medida, secundarizada.

Ainda sobre Turlington, o uso da expressão “*radiante e saudável como sempre*” articula estética e saúde como dimensões indissociáveis de sua subjetividade, produzindo o efeito de que o brilho visível da supermodelo decorreria naturalmente de um estilo de vida disciplinado e constituiria um atributo inerente à sua imagem pública. Ao final, ao anunciar a retrospectiva de “*seus melhores momentos de beleza*”, a revista aciona um dispositivo de memória que atualiza o passado no presente. O resultado é a produção de uma narrativa de permanência: a modelo estadunidense é construída como referência estética duradoura, cuja beleza é produzida como pretensamente atemporal, progressiva e continuamente legitimada pelo discurso da moda.

Em uma notícia publicada pela *W Magazine*, na seção “*Beauty Evolution*”, sob o título “*A Celebration of Christy Turlington’s Most Iconic Beauty Moments Ever*” — “*Uma celebração dos momentos de beleza mais icônicos de Christy Turlington*” — assinada por Nada

Abouarrage e publicada em março de 2017, apresenta-se uma retrospectiva dos principais marcos da trajetória da supermodelo, reunindo imagens e comentários sobre diferentes fases de sua carreira:

Como uma das supermodelos mais icônicas do final dos anos 80 e 90, **além de filantropa, atriz e diretora de cinema, Christy Turlington é o ícone de beleza por excelência.** Embora a **musa da Calvin Klein** tenha experimentado diversos comprimentos e cores de cabelo, do castanho escuro ao loiro platinado, **seu visual sempre se manteve elegante e sofisticado.** Dominando a **maquiagem leve e natural**, seu estilo característico de **cachos suaves, pele saudável e luminosa e lábios nude** se tornou um clássico atemporal no tapete vermelho (Abouarrage, 2017, tradução nossa, grifos nossos).

Nessa matéria, a própria formulação do título opera uma regularidade discursiva e inscreve a narrativa na lógica da celebração, assim como as outras. Não se trata apenas de relembrar momentos, mas de comemorá-los, reiterando sua relevância e seu estatuto icônico, como se celebrasse uma divindade. A retrospectiva opera como homenagem, reafirmando a permanência de Christy no imaginário da moda e consolidando sua trajetória como digna de exaltação pública e midiática.

Ao longo do texto, multiplicam-se as posições de sujeito atribuídas a Turlington: supermodelo, filantropa, atriz, diretora de cinema. Essa enumeração amplia suas posições de sujeito para além da passarela, construindo uma figura que transitaria entre o campo estético e o social, entre a moda e outras esferas, assim como Naomi Campbell. Ao mesmo tempo, a evocação de seu lugar como “*musa da Calvin Klein*” mobiliza ao mesmo tempo a mitologia grega e um dos vínculos mais emblemáticos de sua carreira, associando sua imagem à marca que ajudou a consolidar um ideal de minimalismo sofisticado nos anos 1990.

A descrição de seu visual enfatiza uma estética da naturalidade controlada, regularidade discursiva observada em outras matérias. Mesmo tendo experimentado variações de cabelo — assim como Linda Evangelista — o texto sublinha que seu estilo “*sempre se manteve elegante e sofisticado*”, destacando “*maquiagem leve e natural*”, “*pele saudável e luminosa*” e “*lábios nude*”.

As referidas marcas discursivas não apenas produzem um ideal de beleza vinculado à sobriedade e ao refinamento, como também possibilitam problematizar o que viria a ser significado como “natural” e “saudável” no campo da moda. Isso porque tais noções, longe de remeterem a uma condição espontânea ou essencial do corpo, são historicamente produzidas e passam a definir quais aparências podem ser reconhecidas como legítimas, desejáveis e belas.

O corpo de Turlington é apresentado como saudável, equilibrado, sereno — uma beleza que se pretende discreta, mas que seria cuidadosamente construída como clássica e atemporal. Assim, a imagem produzida em torno da supermodelo estadunidense articula celebração, versatilidade e uma imagem de naturalidade refinada, convertendo Christy Turlington em paradigma de uma beleza durável, ligada à dimensão espiritual e aparentemente sem excessos.

Considerações finais

No final do século XX, a consolidação do conceito de supermodelo acompanhou as transformações que atravessavam a indústria da moda e a cultura midiática global. Nesse contexto, determinadas modelos deixaram de ocupar exclusivamente o espaço das passarelas para se converterem em figuras de ampla circulação simbólica, investidas de reconhecimento público, prestígio cultural e extraordinária visibilidade. Seus nomes tornaram-se maiores que seus trabalhos no universo da moda, integrando o imaginário contemporâneo como referências de beleza, elegância, poder e consagração.

Esse processo, entretanto, não permaneceu circunscrito à década de 1990. As análises desenvolvidas ao longo deste artigo evidenciam que Naomi Campbell, Linda Evangelista e Christy Turlington continuam sendo reinscritas pela imprensa especializada em narrativas de memória, celebração e reconhecimento. O retorno recorrente dessas mulheres a capas de revistas, editoriais, entrevistas, retrospectivas, homenagens e grandes eventos da moda é indicativo de que suas imagens públicas permanecem produzindo sentidos e ocupando posições privilegiadas nesse campo. Sua permanência não decorre apenas de um movimento nostálgico, mas da capacidade de continuarem sendo mobilizadas como referências legítimas da história da moda.

A análise permitiu compreender que a imprensa especializada participa ativamente da constituição dessas imagens públicas. As revistas de moda não atuam como simples suportes de circulação de informações; funcionam como instâncias produtoras de discursos que organizam formas de reconhecimento, selecionam memórias, atribuem valores e estabilizam determinadas figuras de sujeito. Ao fazerem isso, contribuem para a permanência simbólica dessas mulheres e para a atualização contínua de suas trajetórias no presente.

Partiu-se da compreensão de que Naomi, Linda e Christy não poderiam ser tomadas como identidades naturais ou previamente constituídas. As imagens públicas que hoje lhes são atribuídas revelam-se como efeitos de práticas discursivas historicamente situadas, continuamente produzidas e reatualizadas pela imprensa de moda. A aura de excepcionalidade

que as envolve não decorre de uma essência imanente a seus corpos ou trajetórias, mas de um conjunto de enunciados, imagens, enquadramentos e gestos de consagração reiterados ao longo do tempo.

As revistas analisadas configuram-se, assim, como dispositivos ativos na produção e estabilização dessas imagens públicas. Ao selecionar acontecimentos, ressaltar determinadas características e silenciar outras, contribuíram para consolidar efeitos de verdade acerca de quem essas mulheres seriam e das razões pelas quais continuam ocupando um lugar singular na história da moda.

No caso de Naomi Campbell, a análise evidenciou a recorrência de uma imagem pública construída em torno da força, do pioneirismo e da intensidade. Os discursos produzidos sobre sua trajetória a constituem como uma supermodelo cuja presença é marcada por uma combinação de excelência profissional, magnetismo e controvérsia. Sua consagração aparece atravessada por uma tensão permanente entre admiração e vigilância, reconhecimento e espetacularização. Ao mesmo tempo em que é celebrada como símbolo da ampliação da diversidade racial na moda, sua figura de sujeito permanece atravessada por repertórios históricos de racialização que condicionam os modos pelos quais sua imagem é produzida e interpretada.

Em relação a Linda Evangelista, observou-se a consolidação de uma imagem pública associada à excepcionalidade estética, à capacidade de transformação e à versatilidade. Os discursos analisados a apresentam como uma figura singular, cuja beleza e plasticidade parecem transcender padrões ordinários. Entretanto, essa excepcionalidade, frequentemente naturalizada pela imprensa, oculta o intenso trabalho de construção, disciplina e adequação às exigências do sistema da moda.

A análise de Christy Turlington demonstrou uma imagem pública distinta, construída em torno do equilíbrio, da serenidade e do cuidado de si. Diferentemente das narrativas centradas no impacto visual ou na espetacularidade, sua trajetória é frequentemente significada por discursos que articulam beleza, espiritualidade, autenticidade e reflexão. Nessa construção discursiva, a beleza deixa de aparecer exclusivamente como atributo físico para assumir também uma dimensão ética e moral, aproximando-se de valores contemporâneos relacionados ao bem-estar, à autoconsciência e à qualidade de vida.

À luz da Análise do Discurso de orientação francesa, em diálogo com Michel Foucault, a moda revela-se um espaço privilegiado de produção de discursos, no qual formas de reconhecimento, posições de prestígio e figuras de sujeito são continuamente construídas, legitimadas e atualizadas. As imagens públicas analisadas evidenciam que a consagração dessas

mulheres não resulta de um processo espontâneo, mas de práticas discursivas que organizam modos específicos de nomear, ver, dizer e fazer circular determinadas figuras no interior da cultura midiática.

Se a abertura deste artigo conduziu o leitor ao Olimpo da moda, o percurso analítico procurou demonstrar que esse Olimpo jamais constituiu um espaço natural. Sua existência depende de uma complexa rede de discursos, instituições, práticas e interesses que, ao longo do tempo, seleciona determinadas figuras, atribui-lhes visibilidade, organiza formas de reconhecimento e as inscreve na memória coletiva da moda. Naomi Campbell, Linda Evangelista e Christy Turlington — a “Santíssima Trindade” das passarelas — não ocupam esse lugar porque carregariam uma excepcionalidade inerente, mas porque suas imagens públicas foram incessantemente produzidas, legitimadas e atualizadas por discursos que lhes conferiram autoridade simbólica e permanência histórica.

Assim, o Olimpo da moda não se configura como uma simples metáfora da genialidade ou do estrelato, mas como um dispositivo de consagração. É nele que determinadas mulheres são elevadas à condição de referências culturais, enquanto outras permanecem à margem da memória coletiva. Historicizar esse Olimpo significa, portanto, deslocar o olhar da aparente naturalidade dessas consagrações para os mecanismos discursivos que as tornam possíveis. Nessa perspectiva, as musas da moda são concebidas como figuras de sujeito historicamente produzidas — imagens públicas cuja permanência continua sendo alimentada pelos discursos da própria moda.

REFERÊNCIAS

ABOUARRAGE, Nada. **A Celebration of Christy Turlington’s Most Iconic Beauty Moments Ever**. W Magazine, 2025. Disponível em: <https://www.wmagazine.com/gallery/christy-turlingtons-most-iconic-beauty-moments-ever>. Acesso em: 17 fev. 2026.

AGAMBEN, Giorgio. **O que é contemporâneo e outros ensaios**. Capecó: Argos, 2009.

APPLE TV+. **The Super Models**. Cupertino: Apple Inc., 2023. Disponível em: <https://tv.apple.com/us/show/the-super-models/umc.cmc.1jvelve41wn4nv2fl4v2u8rgj>. Acesso em: 15 jul. 2026.

BLANKS, Tim. **Linda Evangelista: The Fashion Chameleon**. Throwback Thursdays with Tim Blanks. New York: Vogue, 2014. Vídeo (5 min). Disponível em:

<https://www.vogue.com/video/watch/throwback-thursdays-with-tim-blanks-linda-evangelista-the-fashion-chameleon>. Acesso em: 14 jul. 2026.

BONADIO, Maria Claudia. As modelos negras na publicidade de moda no Brasil dos anos 1960 - DOI 10.5216/vis.v7i2.18190. **Visualidades**, Goiânia, v. 7, n. 2, 2012. DOI: 10.5216/vis.v7i2.18190. Disponível em: <https://revistas.ufg.br/VISUAL/article/view/18190>. Acesso em: 18 abr. 2026.

BUTLER, Judith. **Quadros de guerra: quando a vida é passível de luto?**. Tradução de Sérgio Tadeu de Niemeyer Lamarão e Arnaldo Marques da Cunha. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2015.

COATES, Hannah. **At 55, Christy Turlington Only Gets More Beautiful**. Vogue, 2024. Disponível em: <https://www.vogue.com/article/christy-turlington-beauty-moments-over-the-years>. Acesso em: 17 fev. 2026.

CRAWFORD, Cindy. **The inside story: the Vogue supermodel cover**. British Vogue, 2016. Disponível em: <https://www.vogue.co.uk/article/peter-lindbergh-vogue-supermodel-cover-story>. Acesso em: 20 mar. 2026.

DIOP, Arimeta. **Naomi**: In Fashion Chronicles the Rise and Domination of Naomi Campbell. Vanity Fair, 2024. Disponível em: <https://www.vanityfair.com/style/photos/naomi-in-fashion-chronicles-the-rise-and-domination-of-naomi-campbell?srsId=AfmBOorsjDJbtAJYqbXFxUD93hwWoXn-memESp1lEIltEfMj-lEr2mN8>. Acesso em: 17 fev. 2026.

ENNINFUL, Edward. **Naomi Campbell, Cindy Crawford, Linda Evangelista and Christy Turlington are British Vogue's September 2023 cover stars**. British Vogue, 11 ago. 2023. Disponível em: <https://www.vogue.co.uk/article/british-vogue-september-2023-supermodels-cover>. Acesso em: 11 jul. 2026.

FARGO, Morgan. **Christy Turlington's "Non-Puritanical" Routine Is The Reason She's So Glow**y. Vogue UK, 2026. Disponível em: <https://www.vogue.co.uk/article/christy-turlington-lancome-global-ambassador>. Acesso em: 17 fev. 2026.

FERNANDES, Cleudemar. **Discurso e sujeito em Michel Foucault**. São Paulo: Intermeios, 2012.

FOUCAULT, Michel. **A arqueologia do saber**. 7. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2009.

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**. Tradução de Laura Fraga de Almeida Sampaio. 5 ed. São Paulo: Edições Loyola, 1999.

GEORGE MICHAEL. **Freedom! '90 (Official Video)**. Direção: David Fincher. YouTube, 2009. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=dYAc7gB-0A>. Acesso em: 11 jul. 2026.

GREGOLIN, Maria do Rosário Valencise. O enunciado e o arquivo: Foucault (entre)vistas. In:

SARGENTINI, Vanice; NAVARRO-BARBOSA, Pedro. **Foucault e os domínios da linguagem**: discurso, poder, subjetividade. São Carlos: Claraluz, 2004, p. 26-62.

HARRIS, Sarah. **Back in bloom**: the rebirth of the indomitable Linda Evangelista. British Vogue, 2022. Disponível em: <https://www.vogue.co.uk/fashion/article/linda-evangelista-british-vogue-interview>. Acesso em: 17 fev. 2026.

HOMERO. **Ilíada**. Tradução de Frederico Lourenço. São Paulo: Penguin Classics Companhia das Letras, 2013.

hooks, bell. **Ensinando pensamento crítico**: sabedoria prática. Libanio, Bhuvi. São Paulo: Elefante, 2020.

L'OFFICIEL BRASIL. **Naomi Campbell faz 55 anos**: veja 8 curiosidades sobre a modelo. L'Officiel Brasil, 2025. Disponível em: <https://www.revistalofficiel.com.br/pop-culture/naomi-campbell-faz-55-anos-veja-8-curiosidades-sobre-a-modelo>. Acesso em: 17 fev. 2026.

MAITLAND, Hayley. **5 history-making Steven Meisel covers for Edward Enninfu's British Vogue**. British Vogue, 2024. Disponível em: <https://www.vogue.co.uk/gallery/steven-meisel-british-vogue>. Acesso em: 22 abr. 2026.

MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX**: o espírito do tempo. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997.

ORLANDI, Eni. **Análise de discurso**: princípios e procedimentos. 7 ed. Campinas: Pontes, 2007.

REIF, Laura. **De modelo ilustre a ícone absoluto**: o mundo é de Naomi Campbell e estamos apenas vivendo nele. Marie Claire, 2023. Disponível em: <https://revistamarieclaire.globo.com/moda/noticia/2023/10/de-modelo-ilustre-a-icone-absoluto-o-mundo-e-de-naomi-campbell-e-estamos-apenas-vivendo-nele.ghhtml>. Acesso em: 17 fev. 2026.

ROSENZWEIG, Mathias. **V146: For the Love of Linda Evangelista by Steven Klein**. V Magazine, 2021. Disponível em: <https://vmagazine.com/article/v146-for-the-love-of-linda-evangelista-by-steven-klein/>. Acesso em: 17 fev. 2026.

SANTOS, Marcelino Gomes dos. "Não saímos da cama por menos de 10 mil dólares por dia": o dispositivo da moda e o surgimento das supermodelos. In: Geilson Fernandes de Oliveira; Pâmella Rochelle Rochanne Dias de Oliveira; Francisco Paulo da Silva; Daiany Ferreira Dantas (Orgs.). **Mídia, discurso e sociedade**: problematizações contemporâneas. 1 ed. São Carlos: Pedro & João Editores, 2022.

SINGER, Sally. **Linda, Cindy, Christy, Naomi!** The iconic supers open up about their fabulous then - and now. Vogue, 2023. Disponível em: <https://www.vogue.com/article/iconic-supermodels-reunite-september-2023-cover-interview>. Acesso em: 6 abr. 2026.

VEYNE, Paul. **Foucault**: seu pensamento, sua pessoa. Tradução de Marcelo J. de Moraes. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2011.

VOGUE. **Vogue World London 2023: relive every moment here**. New York: Condé Nast, 2023. Disponível em: <https://www.vogue.com/live/vogue-world-london-2023>. Acesso em: 14 jul. 2026.

WELLS, Linda. **Linda Evangelista Just Wants to Live**. Harper's Bazaar, 2025. Disponível em: <https://www.harpersbazaar.com/fashion/models/a64444785/linda-evangelista-interview-2025/>. Acesso em: 17 fev. 2026.

WILLIAMS, Alex. **We three queens**. New York Magazine, 2003. Disponível em: https://nymag.com/nymetro/news/anniversary/35th/n_8578/. Acesso em: 15 fev. 2026.