



**Comunicação, Moda e Música:
um diálogo potente na *The Eras Tour* de Taylor Swift**

**Communication, Fashion and Music:
a powerful dialogue in Taylor Swift's *The Eras Tour***

Janderson Chagas da Rocha⁷²

Maria Nazareth Bis Pirola⁷³

Resumo: Entendendo a moda como linguagem não verbal, temos por objetivo investigar como a cantora Taylor Swift usa os figurinos da *The Eras Tour* de forma simbólica. Adota os métodos análise de imagem e estudo de caso, de forma qualitativa, a partir dos trajes da artista. Mobiliza autores no diálogo entre comunicação, moda, música pop e midiaticização. Conclui-se que a moda atua de forma potente na construção da identidade e subjetividades da turnê.

Palavras-chave: Comunicação; Moda; Música; Midiaticização; Taylor Swift.

Abstract: Understanding fashion as a non-verbal language, this study explores how Taylor Swift employs costumes in *The Eras Tour* symbolically. Through image analysis and case study in a qualitative approach, it examines her outfits while engaging authors on communication, fashion, pop music, and mediatization. It concludes that fashion strongly shapes the identity and subjectivities of the tour.

Keywords: Communication; Fashion; Music; Mediatization; Taylor Swift.

⁷² Estudante do 8º Semestre do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda do Centro de Artes da Universidade Federal do Espírito Santo (CAr/UFES). E-mail: jandersonchagas1998@gmail.com.

⁷³ Orientadora do trabalho. Professora do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Espírito Santo (UFES). Mestre e doutora em Educação (UFES), com estágio pós-doutoral em Cultura e Sociedade pela Universidade Federal da Bahia (UFBA). E-mail: n.pirola@uol.com.br



Introdução

A comunicação vai além da linguagem verbal. Desde os primeiros registros da humanidade, o ser humano utilizou diferentes formas para expressar ideias, emoções e valores – das pinturas rupestres à música, da dança à moda. Neste contexto, a moda se consolida como uma linguagem visual poderosa, capaz de transmitir mensagens culturais, identitárias e simbólicas sem o uso direto das palavras. No universo da cultura pop, especialmente na indústria musical, ela ganha ainda mais relevância ao ser utilizada como extensão da performance artística. Conforme Soares (2015, p. 28), “as performances da música pop acionam um senso de pertencimento transnacional [...] ligado ao cosmopolitismo, à urbanização e à cultura noturna”.

A relação entre moda e comunicação se torna evidente na trajetória de diversas estrelas da música pop, como Michael Jackson e Madonna, cujos figurinos ultrapassaram os palcos e tornaram-se ícones culturais. Neste mesmo caminho, destaca-se a cantora norte-americana Taylor Swift, que, ao longo de seus 18 anos de carreira, vem construindo uma identidade artística marcada pela constante reinvenção estética. Sua comunicação visual não apenas acompanha as mudanças de estilo musical, como também as potencializa por meio do vestuário – seja na fase country, pop ou folk.

Essa intersecção entre música, moda e comunicação atinge seu ápice na turnê *The Eras Tour*, espetáculo multimídia que celebra todas as fases da carreira de Taylor Swift. Estruturada em blocos temáticos que representam suas “eras” musicais, a turnê utiliza cenários, efeitos visuais e figurinos para narrar, de forma simbólica e estética, a evolução artística da cantora. Cada traje usado em cena está associado a um momento específico de sua discografia, sendo escolhido de forma estratégica para reforçar as mensagens e sentimentos de cada álbum. “Pensar as territorialidades do pop significa reconhecer zonas de fricção entre espaços reais e imaginários [...] em que noções como exotismo e diferença funcionam como eficientes chaves de fruição” (Soares, 2015, p. 29-30).

Nesse sentido, este artigo teve como objetivo investigar como a cantora Taylor Swift usa os figurinos da *The Eras Tour* de forma simbólica. Para isso, seguimos uma abordagem qualitativa, combinando estudo de caso (Yin, 2001) e análise de imagem (Coutinho, 2005), com



base em figurinos extraídos de fontes on-line. O estudo de caso permitiu investigar o fenômeno no contexto real da turnê, respondendo aos questionamentos sobre “como” e “por que” da moda como linguagem. Já a análise de imagem contemplou as três etapas propostas por Coutinho (2005): leitura, interpretação e síntese.

A fundamentação teórica foi estruturada em três eixos: moda e midiatização; moda, comunicação e construção de sentidos; moda e música pop. No primeiro eixo, discutiu-se a ampla difusão da moda pela mídia e o papel das celebridades na consolidação dessa relação, com base em Schmitz (2018) e Lipovetsky (1989). O segundo eixo abordou a moda como linguagem não verbal, considerando autores como Fiske (1999) e Barnard (2003), que mostra como o vestuário comunica significados culturais e subjetivos. No terceiro eixo, analisou-se a relação entre moda e música, apoiando-se em Norogrande e Benetti (2016), e discutiu-se o conceito de eras musicais e o modelo de mega espetáculo, popularizado por Madonna e retomado por Taylor Swift em sua turnê.

1. Moda e midiatização

A moda é, por excelência, um fenômeno social em constante transformação, cuja efemeridade sustenta seu sistema e funcionamento (Schmitz, 2018). Em sua busca contínua por renovação e adaptação, a moda encontrou na mídia uma aliada poderosa, capaz de amplificar sua presença, impactar o imaginário coletivo e redefinir formas de consumo e representação. Essa relação é intensificada no processo de midiatização, entendido como um tipo de mediação tecnossocial que redefine as interações por meio de dispositivos culturais e mercadológicos (Sodré, 2006).

A midiatização, segundo Sodré (2006), não é neutra, mas carregada de valores e interesses. Trata-se de uma “prótese tecnológica” da realidade sensível, que transforma a comunicação em mercadoria e a informação em produto a serviço do capital. Nesse contexto, a moda passa a ser difundida por meio das chamadas tecnomediações, como revistas, televisão, internet e redes sociais. A mídia deixa de apenas relatar tendências e passa a ser parte fundamental da engrenagem que as cria, sustenta e dissemina.



A relação entre moda e mídia remonta ao surgimento da imprensa, embora estudiosos divergem quanto à data exata do início da difusão de tendências por meio de veículos midiáticos (Schmitz, 2018). O importante, contudo, é destacar que essa relação refletia inicialmente uma realidade social excludente, restrita às classes mais abastadas. A midiatização da moda, nesse período, reforçava distinções sociais – uma lógica que só começou a se democratizar com o avanço da tecnologia e da comunicação digital.

Revistas como a Vogue, por exemplo, desempenharam um papel fundamental para a midiatização da moda. A partir das mudanças promovidas por Condé Nast no início do século XX, celebridades passaram a ser protagonistas das capas de revistas, reforçando a moda como espetáculo visual. Ícones como Greta Garbo, Jean Harlow, Joan Crawford entre outras exemplificam como o vestuário adquire novos sentidos quando associado a figuras públicas. Como afirma Lipovetsky (1989, p. 216), “enquanto os ídolos são anexados pela versatilidade da moda, o look, correlativamente, ganha uma importância maior”.

Com o advento das redes sociais e o crescimento dos eventos midiáticos, como o São Paulo Fashion Week e o Met Gala, a moda se inseriu definitivamente na lógica midiática. A presença da mídia nesses eventos deixou de ser apenas cobertura jornalística e passou a influenciar diretamente os formatos de apresentação, os figurinos, as narrativas visuais e os padrões de consumo. Como afirma Schmitz (2018, p. 20), “esse fato tanto alarga a produção de conteúdos sobre moda, impulsiona sua circulação, como também pluraliza os espaços de recepção desses conteúdos”.

A midiatização da moda transformou não apenas os meios de sua difusão, mas também as formas de percepção, acesso e desejo. O resultado é um campo comunicacional complexo, onde moda e mídia não apenas se entrelaçam, mas também se impulsionam mutuamente – criando narrativas simbólicas que moldam comportamentos, identidades e aspirações culturais.

2. Moda e comunicação: o vestuário e a construção de sentidos

A comunicação é um processo dinâmico que se manifesta de diversas formas, verbais e não verbais. A moda, enquanto expressão não verbal, se configura como um potente meio de comunicação, pois permite que indivíduos transmitam mensagens sem recorrer a palavras



faladas ou escritas (Barnard, 2003). Desde tempos antigos, o vestuário foi uma das primeiras linguagens sociais, funcionando como um código que revela informações sobre gênero, classe, profissão e até estado emocional (Lurie, 1981).

Entretanto, para entender a moda como comunicação, é necessário ultrapassar a visão simplista de mero envio de mensagens. Como destaca Barnard (2003), a comunicação é um processo complexo, que envolve construções de sentido. Fiske (1999) propõe duas principais abordagens para o estudo da comunicação: a escola do processo e a escola da semiótica. A primeira analisa a transmissão de mensagens entre emissor e receptor, focando em eficiência e possíveis falhas comunicativas. Já a segunda compreende a comunicação como produção e troca de significados, reconhecendo os mal-entendidos como reflexos das diferenças culturais.

Dialogando a escola do processo à moda, compreende-se que o vestuário atua como canal de comunicação no qual a intenção do emissor (usuário ou estilista) busca gerar um impacto no receptor (Barnard, 2003). No entanto, Barnard alerta para as limitações desse modelo: muitas vezes, o significado da roupa não depende exclusivamente da intenção inicial, mas da interpretação cultural do receptor. Um exemplo disso é o uso de criações assinadas por estilistas em eventos como tapetes vermelhos de premiações, onde cada traje carrega uma mensagem construída pela interação entre o designer, o artista e o olhar do público.

Diante dessas limitações, a escola da semiótica oferece uma compreensão mais abrangente. Na perspectiva semiótica, os significados da moda são resultados de uma negociação cultural contínua entre os diferentes agentes sociais (Fiske, 1999; Barnard, 2003). Como explicam Douglas e Isherwood (1979 *apud* Barnard, 2003), os bens materiais – como roupas e acessórios – são fundamentais para a comunicação social, pois estruturam significados compartilhados.

Assim, a indumentária não apenas expressa a identidade individual, mas também constitui o indivíduo como membro de um grupo social. O uso de determinados estilos por jovens grupos como góticos ou ravers na década de 1980 exemplifica como a identidade é construída a partir do vestuário (Barnard, 2003). A negociação dos sentidos associados à moda é influenciada por fatores culturais, históricos e sociais, gerando significados dinâmicos e mutáveis.



Portanto, na perspectiva semiótica, a moda é compreendida como um sistema de significados em constante transformação, permeado por relações de poder e de interpretação. A circulação de peças icônicas – como o vestido de carne usado por Lady Gaga no MTV Video Music Awards 2010 – evidencia como uma criação de moda pode ser apropriada e ressignificada por diferentes grupos culturais, reafirmando a moda como forma de comunicação não verbal profundamente enraizada nos processos sociais contemporâneos.

3. Moda e música pop

A relação entre moda e música é histórica e intrínseca, expressando necessidades de comunicação e identidade cultural (Norogrande; Benetti, 2016). Ambas são linguagens complexas que comunicam visualmente e sonoramente os valores, estilos e transformações sociais. Norogrande e Benetti (2016) destacam que a moda opera por imagens, cores e formas, enquanto a música se expressa em sons e ritmos – ambas carregando signos que se constroem em diálogo com seu contexto cultural. Essa conexão se intensifica na música pop contemporânea, em especial com as “divas do pop”. Conforme Soares (2020, p. 27):

[...] toda cantora é chamada de “diva”. Ou, em algumas instâncias, “diva pop”
[...] O que envolve o termo diva? Diva está acima de estrela, acima de atriz ou cantora. Pelo dicionário, a diva é sinônimo de deusa, divindade feminina. Pode ser também relacionada à ideia de musa. Mas, ao longo do tempo, a diva se consagrou como uma dimensão de poder da mulher-artista.

As chamadas “divas pop” utilizam a moda como ferramenta fundamental de comunicação artística. O conceito de “eras musicais” é exemplo dessa prática, marcando fases distintas de artistas como Madonna, Beyoncé, Taylor Swift e Lady Gaga. Cada “era” é acompanhada por mudanças musicais e estéticas, configurando uma identidade visual única, como observa Cidreira (2005), ao associar o estilo a uma assinatura pessoal e estética.

A trajetória de Taylor Swift ilustra essa dinâmica: de vestidos e botas country no início da carreira ao visual urbano e moderno da era *1989*, a cantora reformulou sua identidade visual a cada fase. Assim, a moda e música se entrelaçam na construção de narrativas pessoais e artísticas, reforçando a importância da imagem na experiência musical.



Paralelamente, o show musical também se transformou em mega espetáculo, fenômeno consolidado por Madonna na *Blond Ambition World Tour* (1990), ao incorporar elementos da Broadway. A construção de apresentações com cenários, narrativas, dança e trocas de figurino moldou o formato seguido por artistas até hoje. Como explica Debord (2003), o espetáculo é a materialização de uma visão de mundo, refletindo ideologias e valores sociais.

Essa evolução se ancora na tradição teatral, passando pelas operetas e pelo surgimento do musical moderno com *The Black Crook* (1866), até alcançar a estrutura fragmentada e performática dos shows pop atuais. A homogeneização dos produtos culturais, como apontam Adorno (2002) e Lipovetsky (1989), é evidenciada pela replicação do modelo de mega espetáculo com variações estilísticas entre as grandes estrelas.

O figurino, elemento-chave nesses espetáculos, transcende a função estética, funcionando como ferramenta narrativa (Leite; Guerra; 2002). Desde o teatro grego até as mega turnês, o figurino comunica contexto histórico, status, identidade e emoções dos personagens ou performers. Classificados como realista, para-realista ou simbólico (Costa, 2002; Martin, 1990; Betton, 1987), os figurinos devem se harmonizar com a performance para criar uma experiência estética completa.

Performances marcantes como a de Madonna no MTV Video Music Awards de 1990, caracterizada como Maria Antonieta, exemplificam o poder simbólico do figurino na criação de narrativas visuais que transportam o público para outros tempos e realidades (Castro; Costa, 2010). Na música pop contemporânea, o entrelaçamento entre moda, performance e música reafirma a moda como meio vital de comunicação e construção de identidade.

4. A moda e a construção de significados na *The Eras Tour*

Descrita por Taylor Swift como uma jornada musical pelas diferentes fases de sua carreira, a *The Eras Tour* é a sexta turnê mundial da cantora norte-americana e passou por estádios na América do Norte, América Latina, Ásia-Pacífico e Europa⁷⁴. Reconhecida como a turnê mais lucrativa da história, com receita estimada em 2,2 bilhões de dólares, a *The Eras*

⁷⁴ Disponível em: <https://taylorswift.tumblr.com/post/699720882613010432/im-enchanted-to-announce-my-next-tour-taylor>. Acesso em: 20 ago. 2025.



Tour gerou impacto global⁷⁵. Um dos setores fortemente influenciados foi o da moda, graças à comunicação visual cuidadosamente planejada pela artista, onde cada figurino foi pensado para representar uma era distinta, permitindo que, mesmo em silêncio, o público identificasse visualmente qual fase da carreira estava sendo retratada no palco⁷⁶.

A moda, no contexto da turnê, transcende a função estética e torna-se um veículo de comunicação potente, articulando discursos, valores simbólicos e narrativas pessoais. O guarda-roupa da *The Eras Tour*, segundo Chapelle (2024), é um legado visual consciente e cuidadosamente projetado, que homenageia o passado da cantora e o reinscreve em uma linguagem contemporânea. Os figurinos não são peças isoladas, mas sim elementos estratégicos do storytelling visual que Taylor Swift constrói com precisão em suas apresentações ao vivo.

Com o objetivo de reforçar a estética e a identidade de cada era, a artista colaborou com diversas casas de moda renomadas. Marcas como Versace, Roberto Cavalli, Alberta Ferretti, Oscar de la Renta e Vivienne Westwood participaram da construção dessa identidade visual, desenvolvendo figurinos personalizados que combinam sofisticação, funcionalidade e performance⁷⁷. Algumas peças foram criadas do zero, enquanto outras foram releituras de figurinos icônicos utilizados por Taylor Swift em turnês anteriores. De acordo com Chapelle (2024, p. 293), “Taylor fez questão de relembrar e atualizar looks de turnês antigas na *The Eras Tour*”. Esse diálogo entre passado e presente revela um movimento consciente de ressignificação da própria história da artista.

⁷⁵ Disponível em: www.cnnbrasil.com.br/economia/macroeconomia/o-fim-de-uma-era-como-taylor-swift-impulsionou-economia-dos-eua/. Acesso em: 20 ago. 2025.

⁷⁶ Disponível em: <https://harpersbazaar.uol.com.br/moda/por-dentro-dos-looks-de-taylor-swift-na-the-eras-tour/>. Acesso em: 20 ago. 2025.

⁷⁷ Disponível em: <https://vogue.globo.com/moda/noticia/2023/11/taylor-swift-no-brasil-veja-algumas-marcas-que-assinam-os-looks-da-the-eras-tour.ghml>. Acesso em: 19 ago. 2025.



Figura 1. Figurinos utilizados na The Eras Tour

Fonte: Compilação do autor.⁷⁸

A figura 1 apresenta os figurinos utilizados nos diferentes atos da *The Eras Tour*, correspondentes às eras *Lover*, *Fearless*, *Red*, *Speak Now*, *Reputation*, *Folklore*, *The Tortured Poets Department*, *1989* e *Midnights*.

Ao analisá-los separadamente, é possível observar como cada escolha de figurino comunica temas centrais dos álbuns. No ato *Lover*, por exemplo, Swift utiliza um bodysuit iridescente da Versace, adornado com cristais em tons pastéis que, além de evocar a paleta de cores do álbum, inspirado pelo pôr-do-sol, também evocam as mensagens centrais de *Lover*, como o amor, a esperança e a autoaceitação – elementos característicos do álbum. Em *Fearless*, a cantora veste um vestido curto com franjas douradas que remetem à sua fase country, e em *Red*, aparece com uma camiseta escrita “*A lot going on at the moment*”, remetendo à intensidade de sua produção artística e à luta pela recuperação de seus direitos autorais.

Durante o ato de *Speak Now*, Taylor usa um vestido de baile assinado por Zuhair Murad, que evoca contos de fadas e reforça o romantismo e a fantasia característicos da música *Enchanted*. Já o bloco dedicado à *Reputation* é marcado por peças mais escuras, com brilho vermelho metálico, que remetem a serpentes sinuosas, e visual dramático, refletindo a temática

⁷⁸ Montagem a partir de imagens coletadas no site Page Six.



de poder, vingança e reconstrução. As eras *Folklore* e *Evermore*, por sua vez, apresentam vestidos esvoaçantes e neutros, com uma estética cottagecore que sugere introspecção e conexão com a natureza.

No ato *1989*, a artista adota figurinos urbanos e modernos, em sintonia com a estética pop vibrante do álbum. Já em *The Tortured Poets Department*, seu lançamento mais recente até então, Swift surge com um vestido branco adornado por inscrições manuscritas, assinado pela grife Vivienne Westwood. A peça remete visualmente a um diário íntimo ou a um poema, evocando a atmosfera introspectiva e melancólica que permeia o álbum.

Midnights, último ato da *The Eras Tour*, é representado por um bodysuit azul escuro com cristais prateados, remetendo ao céu noturno. A metáfora visual presente no figurino de abertura (*Lover* - pôr do sol) e no encerramento (*Midnights* - céu estrelado) evidencia uma jornada narrativa que percorre o ciclo completo de uma noite, do entardecer ao amanhecer, simbolizando também a trajetória artística da cantora.

Figura 2. Performance de encerramento da The Eras Tour



Fonte: Page Six.

O encerramento com a performance de *Karma* sintetiza o espírito da turnê: Swift veste uma jaqueta volumosa com franjas cintilantes, em uma celebração eufórica de sua carreira. A cena, repleta de luzes, cores e confetes, ilustra o papel central da moda como linguagem não verbal e instrumento de expressão artística. Segundo Lipovetsky (1989), quando ídolos se



associam à versatilidade da moda, o visual que apresentam adquire importância ampliada – algo evidente em cada detalhe da *The Eras Tour*.

O quadro 1 apresenta uma síntese da análise dos figurinos utilizados por Taylor Swift na *The Eras Tour*, organizando os atos da turnê, os respectivos trajes, as marcas ou estilistas responsáveis e os significados construídos na narrativa visual do espetáculo.

A estruturação do quadro baseou-se no método de análise de imagem, adotado para analisar os figurinos utilizados por Taylor Swift na *The Eras Tour*. Conforme Coutinho (2005, p. 334), “para analisar uma imagem é preciso estabelecer um percurso que envolve algumas etapas ou procedimentos metodológicos. São eles a leitura, a interpretação e finalmente a síntese ou conclusão final”. Primeiro, foi realizada a leitura das imagens, observando cores, formas, materiais e estilos de cada traje. Em seguida, os elementos foram interpretados, relacionando-os ao contexto da turnê, às eras musicais e à identidade de Taylor Swift. Por fim, feita a síntese final, integrando as informações para compreender como os figurinos comunicam simbolicamente a narrativa visual do espetáculo.

Quadro 1. Síntese da análise dos figurinos da The Eras Tour

Ato	Figurino	Marca/Estilista	Significado construído na narrativa da turnê
<i>Lover</i>	Bodysuit iridescente adornado com cristais brilhantes multicoloridos em tons pastéis	Versace	Simbolizar as mensagens centrais do álbum <i>Lover</i> , como amor, esperança e autoaceitação
<i>Fearless</i>	Vestido dourado adornado com franjas metálicas e detalhes em padrão zig-zag	Roberto Cavalli	Revisitar as raízes country de Taylor Swift Comunicar nostalgia e evolução simultaneamente
<i>Red</i>	Camiseta oversized branca com a frase “A lot going on at the moment” estampada; Chapéu preto; Meia arrastão; Bodysuit por baixo da camiseta para criar a ilusão de shorts	Ashish Gupta	Evocar nostalgia enquanto atualiza elementos visuais para o público



<i>Speak Now</i>	Vestido de baile volumoso e brilhante, em um tom rosa lavanda, adornado com pedrarias	Zuhair Murad	Transmitir a essência da música <i>Enchanted</i> , deixando evidente a estética do álbum <i>Speak Now</i>
<i>Reputation</i>	Macacão assimétrico de tecido preto brilhante com detalhes em vermelho metálico que remetem a serpentes sinuosas	Roberto Cavalli	Refletir a temática de poder, vingança e reconstrução
<i>Folklore/Evermore</i>	Vestido longo e fluído, em tons neutros e claros, com camadas e mangas amplas	Alberta Ferretti	Construir uma experiência completa que encapsula os temas de comunidade, conexão com a natureza e a busca por um significado mais profundo em tempos de adversidade
<i>1989</i>	Conjunto composto por um top reluzente e uma saia gradiente, ambos cobertos por glitter e materiais brilhantes	Roberto Cavalli	Comunicar a essência divertida e festiva do álbum <i>1989</i>
<i>The Tortured Poets Department</i>	Vestido branco com estampas manuscritas	Vivienne Westwood	Simbolizar a luta emocional de um artista atormentado por sentimentos profundos
<i>Midnights</i>	Bodysuit azul escuro, adornado com cristais, complementado por peças adicionais, como uma jaqueta volumosa com franjas cintilantes	Oscar de la Renta	Simbolizar o mistério da meia-noite e as estrelas cintilantes, incorporando a dualidade entre a introspecção e o glamour que define o álbum <i>Midnights</i>

Fonte: elaborado pelo autor.

A partir desse percurso, pode-se dizer que Taylor Swift transforma a moda em linguagem narrativa, utilizando os figurinos como recursos visuais que comunicam e reforçam as distintas fases de sua carreira artística.

Considerações finais



A análise dos figurinos utilizados por Taylor Swift na *The Eras Tour* permite repensar a comunicação como campo de conhecimento amplo, que ultrapassa as fronteiras tradicionais entre o verbal e o visual, entre o informativo e o simbólico. A comunicação, neste caso, não se limita ao discurso proferido, mas está presente nos tecidos, nas cores, nas silhuetas e nas performances corporais. O espetáculo pop, ao articular moda, música e narrativa, evidencia como os sentidos são construídos em camadas – e como o profissional da comunicação precisa estar atento às múltiplas linguagens que integram esse processo.

Conclui-se que a moda desempenha um papel central na *The Eras Tour*, atuando como uma ferramenta estratégica na construção da identidade artística de Taylor Swift. Os figurinos não apenas refletem as diferentes fases de sua carreira, mas também moldam experiências e percepções do público, comunicando simbolicamente emoções, narrativas e subjetividades. Assim, a moda se revela como elemento essencial para a dimensão estética e comunicacional do espetáculo, reforçando sua potência simbólica dentro da performance musical.

Referências

- ADORNO, Theodor W. Tempo livre. In: ADORNO, Theodor W. **Indústria cultural e sociedade**. São Paulo: Paz & Terra, 2002.
- BARNARD, Malcolm. **Moda e comunicação**. Rio de Janeiro: Rocco, 2003.
- BETTON, Gérard. **Estética do cinema**. São Paulo: Martins Fontes, 1987.
- CASTRO, Marta Sorelia Felix de; COSTA, Nara Celia Rolim. **Figurino - o traje de cena**. Iara: Revista de moda, cultura e arte, São Paulo, v. 3, n. 1, p. 79-93, 2010.
- CHAPELLE, Sarah. **Taylor Swift Style: moda ao longo das Eras**. Trad. André Marinho. 1. ed. Rio de Janeiro: Agir, 2024.
- CIDREIRA, Renata Pitombo. **Os sentidos da moda: vestuário, comunicação e cultura**. São Paulo: Annablume, 2005.
- COSTA, Francisco Araujo da. O figurino como elemento essencial da narrativa. **Sessões do Imaginário**, Porto Alegre, v. 7, n. 8, p. 38-41, ago. 2002.
- COUTINHO, Iluska. Leitura e análise de imagem. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio; NOVELLI, Ana Lucia Romero (org.) *et al.* **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2006. p. 330-344.
- DEBORD, Guy. **Sociedade do espetáculo**. [S.l.]: Projeto Periferia, 2003.



FISHMAN, Elana. **All of Taylor Swift's Eras Tour outfits**. Page Six. Disponível em: <https://pagesix.com/slideshow/all-of-taylor-swifts-eras-tour-outfits/>. Acesso em: 18 maio de 2025.

FISKE, John. **Introdução ao estudo da comunicação**. Trad. Maria Gabriela Rocha Alves. 5. ed. Porto: Edições Asa, 1999.

LEITE, Adriana; GUERRA, Lisette. **Figurino: uma experiência na televisão**. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. Trad. Maria Lucia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

LURIE, Alison. **The Language of Clothes**. New York: Random House, 1981.

MARTIN, Marcel. **A linguagem cinematográfica**. São Paulo: Brasiliense, 1990.

NOROGRANDO, Rafaela; BENETTI, Alfonso (org.). **Moda, música e sentimento**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2016.

SCHMITZ, Daniela. Moda e midiaticização. In: SCHMITZ, Daniela; WAJNMAN, Solange (org.). **A moda na mídia: produzindo costuras**. 1. ed. Curitiba: Appris, 2018. p. 15-30.

SODRÉ, Muniz. Eticidade, campo comunicacional e midiaticização. In: MORAES, Denis (Org.). **Sociedade midiaticizada**. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

SOARES, Thiago. Divas pop: o corpo-som das cantoras na cultura midiática. In: SOARES, Thiago. LINS, Mariana. MANGABEIRA, Alan (org.). **Divas pop: o corpo-som das cantoras na cultura midiática**. Belo Horizonte: Fafich; Selo PPGCOM/UFMG, 2020. p. 25-42.

SOARES, Thiago. Percursos para estudos sobre música pop. In: PEREIRA DE SÁ, Simone *et al.* (org.). **Cultura pop**. Salvador: EDUFBA; Brasília: Compós, 2015. p. 19-33.

YIN, Robert. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.