



**João Dalla Rosa Júnior**

**ENTRE A IMAGEM E A MODA:**  
**um estudo sobre o *habitus visual***

**Tese de Doutorado**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Design do Departamento de Artes & Design da PUC-Rio como requisito parcial para obtenção do grau de Doutor em Design.

Orientador: Prof. Alberto Cipiniuk

Rio de Janeiro  
Abril de 2017



**João Dalla Rosa Júnior**

**Entre a imagem e a moda:  
um estudo sobre o habitus visual.**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Design da PUC-Rio como requisito parcial para obtenção do grau de Doutor em Design. Aprovada pela Comissão Examinadora abaixo assinada.

**Prof. Alberto Cipiniuk**

Orientador

Departamento de Artes & Design - PUC-Rio

**Profa. Denise Berruezo Portinari**

Departamento de Artes & Design - PUC-Rio

**Profa. Irina Aragao dos Santos**

Departamento de Artes & Design - PUC-Rio

**Profa. Maria do Carmo Teixeira Rainho**

Arquivo Nacional

**Profa. Solange Wajnman**

Universidade Paulista - UNIP

**Profa. Monah Winograd**

Coordenadora Setorial do Centro de Teologia e Ciências Humanas - PUC-Rio

Rio de Janeiro, 06 de Abril de 2017

Todos os direitos reservados. É proibida a reprodução total ou parcial do trabalho sem autorização da universidade, do autor e do orientador.

## João Dalla Rosa Júnior

Graduou-se em Artes Plásticas pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul em 2005. Especializou-se em Design de Moda pela Faculdade SENAI / CETIQT em 2010 e em Cultura e Arte Barroca pela Universidade Federal de Ouro Preto em 2008. É Mestre em Design pela PUC-Rio (2012). Com experiência em Artes Plásticas e Moda, atua, na Faculdade SENAI CETIQT, como professor-coordenador dos cursos de graduação em Design de Moda, em Design de Superfície e em Artes — Figurino e Indumentária — e dos cursos de especialização *lato sensu* em Design de Moda e Design de Estampas.

### Ficha Catalográfica

Rosa Júnior, João Dalla

Entre a imagem e a moda : um estudo sobre o habitus visual / João Dalla Rosa Júnior ; orientador: Alberto Cipiniuk. – 2017.

263 f. : il. color. ; 30 cm

Tese (doutorado)—Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Artes e Design, 2017.

Inclui bibliografia

1. Artes e Design – Teses. 2. Imagem. 3. Moda. 4. Habitus visual. 5. Olhar. I. Cipiniuk, Alberto. II. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Departamento de Artes e Design. III. Título.

CDD: 700

## Agradecimentos

Ao Professor Alberto Cipiniuk, pela confiança depositada no aceite da orientação e, ao longo dos anos, pelo estímulo e parceria no desenvolvimento de todos os trabalhos.

À PUC-Rio, pelos auxílios concedidos sem os quais este trabalho não seria realizado.

À minha família, pelos cuidados e apoio que nunca cessaram, apesar da distância.

A Joana e Helô, pelas trocas sobre pesquisas, trabalhos e sobre a vida;

A Casarin, João Cícero e Martha, pelas conversas que iluminam pensamentos e afetos.

A Peste e a Tati, pelas risadas, sorrisos e carinhos.

Aos alunos da turma R151D de *Comunicação aplicada à Moda* (2015/01) da faculdade SENAI CETIQT, por aceitarem participar da pesquisa. Sem vocês, este trabalho não existiria.

A Luísa, pela parceria no labor diário da coordenação de curso e por dividir tantas angústias.

Aos professores que participaram da Comissão Examinadora e a todos aqueles com os quais pude compartilhar alguns momentos da pesquisa.

Aos colegas de doutorado, Karl e Wilson, pelas certezas e incertezas do campo do *design*.

Aos membros do GRUDAR, pela experiência coletiva na construção do conhecimento.

A Stella, Mayra e Wendel, pela ajuda com as pesquisas, as imagens e a formatação do texto.

## Resumo

Rosa Júnior, João Dalla; Cipiniuk, Alberto. **Entre a imagem e a moda: um estudo sobre o *habitus* visual**. Rio de Janeiro, 2017. 263p. Tese de Doutorado - Departamento de Artes & Design, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

A tese apresenta o olhar como objeto de pesquisa de um estudo sobre o campo da moda. Aborda o modo como as instâncias de comunicação, por meio da mídia, incitam disposições visuais nos agentes, tendo por base as práticas de representação do produto de vestuário que estão em consonância aos suportes de visualização das imagens de moda. Através de uma pesquisa de campo realizada em uma turma do curso de *Design* de Moda da Faculdade SENAI CETIQT – RJ, durante o semestre de 2015/01, foram analisadas as formas de apropriação das convenções visuais em jogo na comunicação de moda. Fotografias e questionários foram utilizados para a construção dos dados de pesquisa. Pelo exame das experiências de campo, as informações obtidas foram postas em diálogo com referências teóricas da sociologia da arte e da moda, bem como da história da arte. A partir do emprego de vitrines e revistas de moda, delimitou-se o contexto das práticas de comunicação da moda. As disposições visuais foram analisadas de acordo com as imagens e a interação entre os agentes responsáveis por sua produção. Três padrões visuais de percepção foram identificados. O primeiro se refere à frontalidade como característica resultante da relação entre as práticas da fotografia e a pose dos modelos. O segundo se estabelece pela elegância como um significado atribuído ao conjunto de elementos visíveis nas imagens. E, o terceiro se relaciona ao espaço dos desfiles e ao modo como se instaura uma perspectiva monocular devido aos ângulos de registro das passarelas.

## Palavras-chave

Imagem; Moda; *Habitus* visual; Olhar;

## Abstract

Rosa Júnior, João Dalla; Cipiniuk, Alberto (Advisor). **Between image and fashion: a study about the visual *habitus***. Rio de Janeiro, 2017. 263p. Tese de Doutorado - Departamento de Artes & Design, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

The thesis presents the look as object of research of a study on the field of fashion. It discusses the way in which the media incites visual dispositions to the agents, based on the practices of representation of the clothing product that are in line with the supports of visualization of the fashionable images. Through a field research carried out in a class of Fashion Design course at SENAI CETIQT College - RJ, during the semester of 2015/01, the forms of appropriation of visual conventions at play in fashion communication were analyzed. Photographs and questionnaires were used to construct the research data. By examining the field experiences, the information obtained was put into dialogue with theoretical references of the sociology of art and fashion, as well as the history of art. From the use of shop windows and fashion magazines, the context of fashion communication practices was delimited. The visual dispositions were analyzed according to the images and the interaction between the agents responsible for their production. Three visual patterns of perception were identified. The first refers to frontality as a characteristic resulting from the relationship between the practices of photography and the pose of models. The second is established by elegance as a meaning attributed to the set of elements visible in the images. And, the third is related to the space of the fashion shows and the way in which a monocular perspective is established due to the angles of the catwalks.

## Keywords

Image; Fashion; Visual *habitus*; Look;

# Sumário

1.	<b>INTRODUÇÃO</b>	12
2.	<b>OS LIMITES DO VISUAL</b>	33
2.1.	O objeto do vestuário e suas representações	42
2.2.	Os meios visuais e as suas predileções	60
2.3.	O desfile de imagens	77
3.	<b>ENTRE OLHOS E LENTES</b>	99
3.1.	As perspectivas do pesquisador	100
3.1.1.	O SENAI CETIQT e o curso de <i>Design</i> de Moda	106
3.1.2.	A escolha e o lugar da pesquisa	116
3.2.	O horizonte do olhar	126
3.2.1.	Os Óculos da Moda	127
3.2.2.	<i>Cover Girl</i>	144
4.	<b>O OLHAR EM VOGA</b>	169
4.1.	Plano frontal	170
4.2.	<i>Category is: eleganza extravaganza</i>	195
4.3.	A moda monocular	213
5.	<b>CONCLUSÃO</b>	238
6.	<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	243
7.	<b>ANEXOS</b>	255
7.1.	Questionário I	255
7.2.	Questionário II	256
7.3.	Questionário III	258
7.4.	Questionário IV	259
7.5.	Questionário V	261
7.6.	Termo de Autorização de uso de conteúdo e imagem	262

## Lista de figuras

Figura 1 – Cena do filme The Matrix. Fonte: GOOGLE, 2017.....	36
Figura 2 – Cenas da Cappella degli Scrovegni pintadas por Giotto em Pádova, Itália.....	40
Figura 3 – Fotografia da fachada da vitrine da loja United Colors of Benetton, Milão. ....	42
Figura 4 – Anúncio das massas Panzani analisado por Barthes em Retórica da Imagem. ....	45
Figura 5 – Fotografia da fachada da loja C&A, Rio de Janeiro.....	60
Figura 6 – Logotipo do aplicativo Snapchat.. ....	74
Figura 7 - Fotografia da vitrine da loja Le Lis Blanc.. ....	78
Figura 8 – Gloria Kalil e Lilian Pacce. Fonte: GOOGLE, 2017. ....	79
Figura 9 – Capas das revistas Vogue e Harper´s Bazar. ....	84
Figura 10 – Desfile no atelier de Lucile, em Londres, no ano de 1913.....	87
Figura 11 – Vista aérea da feira Première Vision em Paris.....	92
Figura 12 – Matriz curricular vigente – grade 207.. ....	115
Figura 13 – Anna Wintour e Meryl Streep. ....	133
Figura 14 – Meryl Streep interpretando Miranda Priestly em O Diabo veste Prada. ....	135
Figura 15 – Coluna Ponto de Vista da revista Vogue Brasil, Abril de 2011.. ....	138
Figura 16 - Meryl Streep interpretando Miranda Priestly em O Diabo veste Prada. ....	140
Figura 17 – Capas da revista Vogue Brasil. ....	146
Figura 18 - Capa da revista Vogue Brasil, junho de 2013. ....	149
Figura 19 – Primeira capa da revista Vogue Brasil, junho de 2014.....	150
Figura 20 – Segunda capa da revista Vogue Brasil e fotografia do editorial interno da mesma edição da revista .....	151
Figura 21 – Capa da revista Vogue América, novembro de 1988. ....	154
Figura 22 – Capas das revistas trazidas pelos alunos na aula 14.....	155
Figura 23 - Jovens dançando vogue. Cena do filme Paris is Burning.. ..	160
Figura 24 – Cena do comercial da Glamour em que aparecem as capas das revistas.....	162



Figura 25 – Cena do comercial da revista Glamour e do filme O Diabo veste Prada, respectivamente.....	163
Figura 26 – Capa dupla da revista Artforum, edição de abril de 2006....	166
Figura 27 - Imagens selecionadas pelos alunos..	172
Figura 28 - Croquis realizados pelos alunos .....	173
Figura 29 – Seleção de imagens e seus respectivos croquis.....	174
Figura 30 – Seleção de imagens e seus respectivos croquis. ....	175
Figura 31 – Papiro funerário do cantor de Amun Nany. Ca. 1050 A.C.....	177
Figura 32 – Montagem realizada com a reprodução de um desenho egípcio e uma imagem selecionada por um dos discentes. ....	179
Figura 33 – Edouard Manet (1832 – 1883), Un bar aux Folies-Bergère, 1882.....	180
Figura 34 – Fotos de A. Kertész. À esquerda, Piet Mondrian em seu ateliê, Paris, 1926. À direita, O cãozinho, Paris, 1928.....	181
Figura 35 – Exemplo de primeira página de uma ficha técnica.....	184
Figura 36 – Exemplos de composição de ficha técnica (linhas 1 e 2) e de ficha de comentário de produto (linha 3) empregadas na empresa analisada por Neto. ....	187
Figura 37 – Imagens identificadas pela categoria de elegância.....	198
Figura 38 – Imagens identificadas pela categoria da sensualidade. ....	202
Figura 39 – Conjunto de imagens do grupo que atribuiu a elegância durante a resposta do questionário. ....	206
Figura 40 – Conjunto de imagens de outro grupo que atribuiu a elegância durante a resposta do questionário.....	206
Figura 41 – Imagens do grupo que atribuiu a sensualidade durante a resposta do questionário. ....	207
Figura 42 - Imagens do grupo que atribuiu a atitude durante a resposta do questionário. ....	207
Figura 43 – Rupaul em sua pose tradicional. ....	212
Figura 44 - Página Shops e anúncio da revista Vogue. N. 423, novembro 2013: 96-97..	220
Figura 45 - As duas formas das imagens dos desfiles .....	226
Figura 47 - Estudos das linhas compositivas a partir das fotografias	

da Agência FOTOSITE. ....	228
Figura 48 - A inclinação corporal das modelos.....	229

[...] as palavras não são mais concebidas  
ilusoriamente como simples instrumentos,  
são lançadas como projeções, explosões,  
vibrações, maquinarias, sabores: a  
escritura faz do saber uma festa.

Roland Barthes (1992: 21).