

## Editorial V.16 N.38

### Dr. Alberto da Silva

Doutor, Sorbonne, Paris IV / [a.dasilva888@hotmail.com](mailto:a.dasilva888@hotmail.com)

Orcid:0000-0001-5025-5296/ [Lattes](#)

### Dr. Charles Ricardo Leite da Silva

Doutor, Universidade Federal de Pernambuco / [charles.leite@ufpe.br](mailto:charles.leite@ufpe.br)

Orcid: 0000-0003-4849-3361/ [Lattes](#)

### Dra. Daniela Novelli

Doutora, Universidade do Estado de Santa Catarina / [daniela.novelli@udesc.br](mailto:daniela.novelli@udesc.br)

Orcid: 0000-0001-6981-8933/ [Lattes](#)

## Edição Dossiê — Janeiro/2023

### Dossiê Artes, Moda e Cultura Visual

A vida cotidiana é atravessada por fenômenos contemporâneos, dos quais a cultura visual é um item relevante, pois se inscreve no cotidiano das pessoas. Neste momento, ocupa lugar de centralidade no debate acadêmico a produção, a circulação e, ainda, os processos de apropriação de sentidos construídos por meio de visualidades e modelos culturais das Artes e da Moda nas sociedades ocidentais. Este dossiê celebra tal alcance e propõe dar visibilidade às interações genuínas e singulares possibilitadas pelas mediações entre Artes, Moda e Cultura Visual, marcadas pela heterogeneidade de suportes.

Para a abertura deste dossiê, apresentamos o artigo “A Garota Kodak: imagens publicitárias da mulher no apogeu da fotografia analógica”, de autoria de Sandra Maia Rodrigues Pereira, Eduardo Romeiro Filho e Adriana Sampaio Leite. A análise das peças gráficas da Kodak permitiu identificar, de modo geral, um percurso que demonstra tanto a ruptura de modelos cristalizados por meio da valorização da autonomia da mulher, quanto a reprodução de estereótipos que reitera desigualdades de gênero; a condução dos estudos ocorre por meio de uma revisão de literatura e levantamento iconográfico, que subsidiaram uma avaliação da evolução da publicidade da empresa e da forma como a mulher é retratada. O que favorece uma reflexão sobre como a moda e a publicidade podem contribuir para o estabelecimento de padrões de comportamento e de consumo, na medida que se estabelecem como formadores de tendências sociais. Ao mesmo tempo, percebe-se o impacto da publicidade em espelhar tendências já observadas, como um certo refluxo de movimentos feministas ao longo dos anos.

Na mesma linha de discussão e reflexão sobre o empoderamento feminino, apresentamos o artigo “Emancipação feminina e a moda sessentinha dos três visionários: Pierre Cardin, André Courreges e Paco Rabanne”, proposto por Maria Teresa Lopes Ypiranga de Souza Dantas e Dionísio Tito de Barros Neto,

cujo objetivo é demonstrar como as produções estéticas dos estilistas legitimaram o regime de aparência da década de 1960, enquanto fenômeno de moda, e como eles, em consonância com o contexto histórico da época, atuaram como agentes no processo de empoderamento e emancipação feminina; a metodologia utilizada teve como base uma revisão bibliográfica e uma análise nos campos da Sociologia, da História e da Semiótica peirceana, com uma abordagem subjetivista e interpretativista de um fenômeno social da moda sessentinha. Os resultados visibilizam um discurso pautado pela polaridade entre socialismo e capitalismo, que se construía no cotidiano por meio da opressão pragmática e simbólica da Guerra Fria e o seu futuro de um mundo sombrio e nuclear, conjuntamente com a prospecção de uma realidade futurista, incerta que era desencadeada pela Corrida Espacial.

No artigo "As mulheres 'cheirosas' do Pará: notas sobre a visualidade do modo de vestir da Vendedora de Cheiro (1947)", as autoras Amanda Gatinho Teixeira e Rita Morais de Andrade trazem uma relação das imagens visuais, que configuram uma importante fonte para os estudos de história da moda, da indumentária e dos modos de vestir. Nesta pesquisa, elas discutem a construção visual da Vendedora de Cheiro, da artista Antonieta Feio, onde analisam o seu modo de vestir e de adornar-se, cotejando-o com algumas fontes visuais e narrativas históricas de tal construção. Os estudos de abordagem predominantemente qualitativa são constituídos de observação e análise visual de obras selecionadas, tratadas como documentos e fontes de pesquisa relevantes para o estudo das artes, das visualidades e do vestuário. A identidade visual da mulher paraense é observada nos modos de vestir da Vendedora de Cheiro na obra de Antonieta Feio, das "erveiras" e vendedoras ambulantes do Ver-o-Peso, das cantoras e artistas que vivificam no presente as culturas africanas e afrobrasileiras, conformam uma cultura visual. Através deste estudo, percebe-se que as produções artísticas são importantes instrumentos da produção de sentido das aparências do corpo, presentes ainda hoje no imaginário popular de uma identidade local apoiada na visualidade de uma "Mulher Paraense".

Na sequência, expomos o artigo "Uma escrita ilustrada do

vestuário: de Schwarz a João Affonso”, redigido por Fernando Hage, com o objetivo de apresentar uma cronologia de obras ilustradas com viés histórico sobre o vestuário, de Matthäus Schwarz, por meio de mapeamento e classificação, que resultaram em obras levantadas, além do destaque ao livro de João Affonso, obra pioneira do gênero no Brasil. Neste trabalho elenca-se um conjunto de obras consideradas canônicas por apresentarem aspectos importantes do processo de uso e circulação de imagens de trajes, categorizadas como livros de roupas, livros de trajes, livros de gravuras e costumes, grandes livros ilustrados, livros românticos/historicistas e livros modernos. Tais produções ajudaram a ponderar sobre como se deu a construção de um imaginário sobre o vestuário presente em publicações que darão origem ao campo da história do vestuário.

Por outro lado, o artigo “A moda sublime da marca Ronaldo Fraga”, produzido por Camila Braga Soares Pinto, Ana Paula Celso de Miranda, Maribel Carvalho Suarez e Leandro Pinheiro Chevitarese traz um estudo que explora a alteridade das coisas e o sublime para apresentar o conceito de marca de moda autoral. O trabalho se inicia com uma discussão sobre moda autoral, seguida de noções de materialidade pela ótica relacional da orientação a objetos e as noções relacionais de alteridade e o sublime no tempo contemporâneo. Quando se debruçam pelo caso Ronaldo Fraga, onde descrevem os elementos constitutivos da marca, mostram as concepções do criador para a marca, sua loja conceito – o Grande Hotel, bem como a visão dos gestores e de suas consumidoras por meio de entrevistas que demonstram experiências de arrebatamento da materialidade, antagonismos e os efeitos inusitados e desconcertantes do sublime para o mundo e os que retornam para o criador.

E fechamos este dossiê com o artigo “Feminilidades e relações intertextuais: uma experiência de leitura de imagens a partir da revista Vogue US”, escrito por Kárittha Bernardo de Macedo, que traz um relato de uma experiência pedagógica não formal ao propor a leitura de três imagens a um grupo de 5 pessoas de gêneros e idades diversas. As imagens foram escolhidas por remeterem à capa da Revista Vogue US com Beyoncé, na edição de setembro de 2018.

A autora investiga se seria possível promover uma discussão sobre imagens de moda e uma ampliação da percepção sobre a cultura visual, por meio do exercício da leitura de imagens. De tal forma que a proposta foi sistematizada em três momentos pedagógicos, com leitura de imagens. Os resultados denotam que a proposta de leitura de imagens apoiada por relações de intertextualidade pode funcionar como um recurso para instigar um pensamento mais reflexivo e crítico das imagens.

Assim, considerar o contexto histórico e local onde estamos inseridos, como parte de um universo cultural, é indispensável para qualquer análise que almeje aprofundar-se na compreensão de experiências, sejam essas visuais, com ou sem atravessamentos com a Moda e/ou Artes. A partir deste conjunto de artigos selecionados para composição deste dossiê, esperamos abrir e ampliar os espaços de reflexão sobre Arte, Moda e Cultura Visual, de forma que a leitura destes sirvam de convite e estímulo às leitoras e aos leitores, ávidos e em busca de aprofundamento por um debate consistente, atualizado e plural.

Desta forma, fazemos votos de uma rica e inspiradora leitura para vocês.

## Editorial V.16 N.38

Dr. Alberto da Silva

PhD, Sorbonne, Paris IV / [a.dasilva888@hotmail.com](mailto:a.dasilva888@hotmail.com)

Orcid:0000-0001-5025-5296/ [Lattes](#)

Dr. Charles Ricardo Leite da Silva

PhD, Universidade Federal de Pernambuco / [charles.leite@ufpe.br](mailto:charles.leite@ufpe.br)

Orcid: 0000-0003-4849-3361/ [Lattes](#)

Dra. Daniela Novelli

PhD, Universidade do Estado de Santa Catarina / [daniela.novelli@udesc.br](mailto:daniela.novelli@udesc.br)

Orcid: 0000-0001-6981-8933/ [Lattes](#)

## Dossier Edition — January/2023

### Dossier Arts, Fashion and Visual Culture

Everyday life is crossed by contemporary phenomena, of which visual culture is a relevant item, as it is part of people's daily lives. At this moment, production, circulation and, furthermore, the processes of appropriation of meanings constructed through visualities and cultural models of Arts and Fashion in western societies occupy a central place in the academic debate. This dossier celebrates this reach and proposes to give visibility to the genuine and singular interactions made possible by the mediations between Arts, Fashion and Visual Culture, marked by the heterogeneity of supports.

To open this dossier, we present the article "The Kodak Girl: advertising images of women in the heyday of analogue photography", by Sandra Maia Rodrigues Pereira, Eduardo Romeiro Filho and Adriana Sampaio Leite. The analysis of Kodak's graphic pieces made it possible to identify, in general, a path that demonstrates both the rupture of crystallized models through the appreciation of women's autonomy, and the reproduction of stereotypes that reiterate gender inequalities; the conduction of the studies takes place through a literature review and iconographic survey, which subsidized an evaluation of the evolution of the company's advertising and the way in which women are portrayed. This favors a reflection on how fashion and advertising can contribute to the establishment of behavior and consumption patterns, as they establish themselves as makers of social trends. At the same time, one can see the impact of advertising in mirroring already observed trends, such as a certain ebb of feminist movements over the years.

In the same line of discussion and reflection on female empowerment, we present the article "Female emancipation and the sixties fashion of the three visionaries: Pierre Cardin, André Courreges and Paco Rabanne", proposed by Maria Teresa Lopes Ypiranga de Souza Dantas and Dionísio Tito de Barros Neto, whose

objective is to demonstrate how the aesthetic productions of the stylists legitimized the appearance regime of the 1960s, as a fashion phenomenon, and how they, in line with the historical context of the time, acted as agents in the process of female empowerment and emancipation ; the methodology used was based on a bibliographic review and an analysis in the fields of Sociology, History and Peircean Semiotics, with a subjectivist and interpretivist approach to a social phenomenon of sixties fashion. The results make visible a discourse guided by the polarity between socialism and capitalism, which is built in everyday life through pragmatic oppression and accompanied by the Cold War and its future of a dark and nuclear world, together with the prospect of a futuristic reality, uncertain that was triggered by the Space Race.

In the article "The 'fragrant' women of Pará: notes on the visuality of the way of dressing of the Smell Vendor (1947)", the authors Amanda Gatinho Teixeira and Rita Morais de Andrade bring a list of visual images, which constitute an important source for studies of the history of fashion, clothing and ways of dressing. In this research, they discuss the visual construction of Vendora de Cheiro, by the artist Antonieta Feio, where they analyze her way of dressing and adorning herself, comparing it with some visual sources and historical narratives of such construction. Studies with a predominantly qualitative approach are made up of observation and visual analysis of selected works, treated as documents and research sources relevant to the study of the arts, visualities and clothing. The visual identity of the woman from Pará is observed in the ways of dressing the Smell Vendor in the work of Antonieta Feio, the "erveiras" and street vendors of Ver-o-Peso, the singers and artists who vivify African and Afro-Brazilian cultures in the present, form a visual culture. Through this study, it is clear that artistic productions are important instruments for the production of meaning of body appearances, present even today in the popular imagination of a local identity supported by the visuality of a "Mulher Paraense".

Next, we expose the article "An illustrated writing of clothing: from Schwarz to João Affonso", written by Fernando Hage, with the objective of presenting a chronology of illustrated works with a

historical bias on clothing, by Matthäus Schwarz, through mapping and classification, which resulted in surveyed works, in addition to highlighting the book by João Affonso, a pioneering work of the genre in Brazil. This work lists a set of works considered canonical because they present important aspects of the process of use and circulation of images of costumes, categorized as clothing books, costume books, engraving and costume books, large illustrated books, romantic/historicist books and modern books. Such productions helped to reflect on how the construction of an imaginary about the clothing present in publications that will give rise to the field of the history of clothing took place.

On the other hand, the article "The Ronaldo Fraga Case and the concept of a sublime fashion brand: auterization, otherness and socio-materiality in the process of adopting authorial fashion", produced by Camila Braga Soares Pinto, Ana Paula Celso de Miranda, Maribel Carvalho Suarez and Leandro Pinheiro Chevitarese presents a study that explores the alterity of things and the sublime to present the concept of an authorial fashion brand. The work begins with a discussion of authorial fashion, followed by notions of materiality from the relational perspective of object orientation and the relational notions of alterity and the sublime in contemporary times. When they look at the Ronaldo Fraga case, where they describe the constitutive elements of the brand, they show the creator's conceptions for the brand, his concept store - the Grande Hotel, as well as the vision of the managers and their consumers through interviews that demonstrate experiences of rapture of materiality, antagonisms and the unusual and disconcerting effects of the sublime for the world and those who return to the creator.

And we close this dossier with the article "Femininities and intertextual relations: an experience of reading images from Vogue US magazine", written by Kárita Bernardo de Macedo, which brings an account of a non-formal pedagogical experience by proposing the reading of three images to a group of 5 people of different genders and ages. The images were chosen because they refer to the cover of Vogue US Magazine with Beyoncé, in the September 2018 issue. The author investigates whether it would be possible to promote a discussion about fashion images and a broadening

of perception about visual culture, through the exercise of image reading. In such a way that the proposal was systematized in three pedagogical moments, with image reading. The results denote that the proposed image reading supported by intertextuality relationships can work as a resource to instigate a more reflective and critical thinking about images.

Thus, considering the historical and local context where we are inserted, as part of a cultural universe, is essential for any analysis that aims to deepen the understanding of experiences, whether these are visual, with or without crossings with Fashion and/or Arts. Based on this set of articles selected for the composition of this dossier, we hope to open and expand spaces for reflection on Art, Fashion and Visual Culture, so that their reading will serve as an invitation and stimulus to readers, avid and in search of deepening through a consistent, up-to-date and plural debate.

In this way, we wish you a rich and inspiring reading.