



16º

COLÓQUIO
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

A BELEZA DO PROSAICO:

A EXPERIÊNCIA ESTÉTICA DE VITRINAS DE MODA


Cidreira, Renata Pitombo; Doutora; Universidade Federal do Recôncavo da Bahia,
pitomboc@yahoo.com.br¹

RESUMO

O que faz com que o nosso corpo e o nosso olhar sejam capturados por uma vitrina de moda? A partir desse questionamento, a presente investigação procura compreender a dinâmica contemplativa promovida pelas vitrinas de moda. Entendidas enquanto aberturas a mundos possíveis, as vitrinas são capazes de promover regozijo, surpresa, diversão, curiosidade, espanto e alegria. Cada vez mais elaboradas, as vitrinas ganham destaque e estimulam o olhar do espectador/consumidor, conformando-se em ambiências que se articulam e modulam a paisagem das ruas e das cidades contemporâneas, evocando o sentimento do belo e proporcionando, muitas vezes, uma intensa experiência estética.

A pesquisa, iniciada em 2010, tem se estruturado a partir da observação, registro fotográfico e análise de vitrinas de diversas marcas em alguns países, buscando confrontar as similaridades e complementaridades entre elas, a partir da inscrição histórica, geográfica e social; procurando compreender o que as torna tão pregnantes. Para este artigo, em especial, introduzimos uma inflexão diferenciada: a observação de vitrinas de lojas populares, em que não há o registro de uma única marca, com um estilo definido, mas sim o conceito de comercialização de multimarcas, que atendem a um outro segmento de público, mas cujas vitrinas também são capazes de despertar a atenção do trauseunte/espectador, estimulando, muitas vezes adesão. O que nos parece mais instigante nesse trabalho é o fato de nos posicionarmos diante de imagens (e de realidades) que nos desestabilizam e nos levam a reflexão. Mergulhados no ambiente da

¹ Doutora em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela UFBA, com pós-doutorados em Sociologia pela Université René Descartes (Paris V - Sorbonne) e em Comunicação e Artes pela Universidade de Beira Interior (Covilhã-Portugal). Professora da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (UFRB).





16º

COLÓQUIO
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

moda, procuramos sentir e apresentar de forma intensa a nobreza dos corpos, dos rostos e dos gestos dessas criaturas estáticas que nos representam, em contextos e situações que se aproximam de vivências compartilhadas e experiências imaginadas.

Enquanto repertório conceitual nos apoiamos em noções oriundas da Estética da Recepção: quebra *do horizonte de expectativas*, de Hans-Robert Jauss (1994-2002), o *efeito estético*, de Wolfgang Iser (1996,1999) e *estratégia de desfamiliarização* e o *repertório do familiar*, de Paul Ricoeur (1997), visando compreender os mecanismos através dos quais as vitrinas nos afetam. Serviram ainda de guia metodológico conceitual as especulações sobre o sentimento do Belo, a partir dos contributos de Immanuel Kant (1995, 2015), tendo em vista, especialmente, a noção de *sensus communis*. Também foram incorporadas reflexões de Demetresco (2014) e Syomara Duarte (2013) sobre vitrina e visual merchandising.

No sentido de operacionalizar a pesquisa, escolhemos a observação de três vitrinas de lojas populares - GIFF'S, Stylo Mega Moda e V2A -, inscritas nas regiões do Recôncavo e do Sertão da Bahia, nas cidades de Cachoeira, Conceição de Feira e Feira de Santana. A partir do reconhecimento de alguns mecanismos de afetação, inscritos numa poética do prosaico, pudemos constatar que há um sentido comum que interliga essas vitrinas, bem como estabelece o elo entre elas e o espectador/consumidor; bem como com grandes marcas da moda. Elas comungam valores culturais e restituem alguns padrões e hábitos perceptivos. A partir das configurações inferimos que cada uma delas, a seu modo, é capaz de nos proporcionar prazer e promover uma experiência estética. Ainda que utilizem recursos modestos, a configuração dessas vitrinas de moda nos confronta com a beleza do prosaico.

Palavras-chave: Beleza; Moda; Vitrine.

