

## **A Fotografia como Lugar de Memórias e Recurso Disparador da Fala no Trabalho Imaterial de Modelo de Moda<sup>1</sup>**

**Vanessa Amaral Prestes e Carmem Ligia Iochins Grisci**

### **Resumo**

No contexto do trabalho imaterial de modelos de moda, objetivou-se apresentar a fotografia como recurso metodológico e analítico central à discussão. Considerou-se a fotografia um valioso elemento visual que tem efeito sobre o espectador que a vê, indo além de um caráter meramente ilustrativo ou representativo. Participaram do estudo, oito modelos de moda, os quais, na entrevista, portaram uma fotografia relativa ao seu trabalho, de sua livre escolha. A eles, foi solicitado que falassem livremente a respeito do seu trabalho e de si perante aquela fotografia. Desse modo, escutou-se a respeito do trabalho realizado, da mobilização de si e do que viam de si na imagem. Do ponto de vista teórico-metodológico, a fotografia: i) desencadeou indagações que poderiam permanecer insuspeitadas para as pesquisadoras, caso não tivessem sido consideradas para o estudo em questão; ii) apresentou-se como lugar de memórias e recurso disparador da fala, pelo que ela mostrou e, ao mesmo tempo, não mostrou; iii) possibilitou visibilizar o invisível, ao evidenciar o trabalho imaterial como trabalho de si sobre si, resultando corpos correspondentes a padrões físicos estéticos a serviço da produção de valor.

### **Palavras-chave**

Fotografia. Trabalho Imaterial. Modelo de Moda.

### **Abstract**

In an immaterial labor context of fashion modelling, the objective of this study was to present photography as a methodological and analytical resource central to discussion. Photography is addressed as a valuable visual element which has effect on the viewer, going beyond a merely illustrative or representative feature. Eight participants have chosen one photograph, related to their work. They were requested to talk freely about their job and about themselves looking at the photograph. They talked about the job done, oneself mobilization and about what they saw of themselves in that image. From the theoretical-methodologic point of view, the photograph:

i) brought questions that could remain unsuspected to the researchers, had it not been considered in the study; ii) presented itself as a setting of memories and a speech-triggering resource, for what they showed and, at the same time, for what they did not show; iii) enabled to make visible the invisible when evidencing the immaterial labor as oneself labor, resulting in bodies corresponding to an esthetic physical pattern in the service of value production.

**Keywords** Photography. Immaterial Labor. Fashion Model.

## INTRODUÇÃO

*As fotografias são tecidos, malhas de silêncios e de ruídos. Precisam de nós para que sejam desdobrados seus segredos.*

Etienne Samain

O trabalho imaterial, compreendido como aquele que mobiliza características dos trabalhadores como condição imprescindível à produção (GORZ, 2005; GRISCI, 2006; LAZZARATO; NEGRI, 2001), foi considerado condizente com a atuação de modelos de moda. Wissinger (2007; 2009) explica que o trabalho de modelo, denominado *Modelling work* ou “Modelagem” (WISSINGER, 2007), constitui-se como trabalho imaterial, uma vez que desperta fluxos afetivos que mobilizam a subjetividade dos trabalhadores em busca de produção de valor.

Tal demanda envolve o trabalho estético a ser encarado e o esforço para manter a aparência diante das flutuantes tendências estéticas. Além disso, também faz valer normas através da publicidade. Em seus estudos, Entwistle e Wissinger (2006) e Wissinger (2007; 2009) assinalaram a presença do trabalho imaterial no mundo dos modelos e ressaltaram que há, ainda, muito a se dizer acerca do caminho que envolve a concretização do seu trabalho.

Visando avançar em relação ao que a literatura, em geral, apresenta relativo ao trabalho imaterial de modelo de moda, objetivou-se apresentar a fotografia como recurso metodológico e analítico central à discussão, por compreendê-la, juntamente com Maurente e Tittoni (2007), como agregadora de maior sensibilidade e significação aos estudos. Para as autoras, a fotografia contém, além do que está posto nela, os significados que envolvem a sua construção, indo além de um caráter meramente ilustrativo ou representativo, sendo este o interesse do presente estudo.

Na Administração, no estudo de Gondim, Feitosa e Chaves (2007), as fotografias, escolhidas previamente pelos pesquisadores, foram utilizadas no sentido de ilustrar determinadas situações de trabalho. No estudo de Warren (2007), as fotografias foram registradas pelos próprios participantes da pesquisa, com o objetivo de retratarem seu trabalho. No de

Mendonça, Barbosa e Durão (2007), a fotografia foi utilizada como técnica complementar de coleta dados.

Embora se encontrem, também, estudos que utilizam a fotoetnografia, evidenciando a interlocução da Antropologia Visual com a Administração (CAVEDON, 2005), persiste uma lacuna referente ao uso da fotografia como recurso analítico e reflexivo. Conforme ressaltou Cavedon (2005, p. 14), “vive-se na época em que o visual perpassa todos os domínios do fazer humano, contudo, a Administração continua usando as palavras para descrever e interpretar a realidade do mundo do trabalho”.

Nos próximos itens, abordar-se-á, primeiramente, o contexto do trabalho imaterial de modelo de moda e, em seguida, o caminho metodológico percorrido. Após, apresentar-se-ão os resultados e sua análise e, por fim, as considerações finais.

## **REFERENCIAL TEÓRICO**

### **Trabalho imaterial de modelo de moda**

Se o trabalho material demandava, em especial, a força física e os movimentos repetitivos dos corpos dos trabalhadores da produção fordista para o cumprimento de tarefas pré-estabelecidas; o trabalho imaterial hoje conclama, acima de tudo, um corpo que expresse a imagem organizacional e sua dimensão subjetiva (GORZ, 2005; LAZZARATO; NEGRI, 2001). Não afeito à mensuração pelos padrões clássicos de medidas, o trabalho imaterial diz respeito ao “conjunto de atividades corporais, intelectuais, criativas, afetivas e comunicativas inerentes ao trabalhador, atualmente valorizadas e demandadas como uma imposição normatizadora de que o trabalhador se torne sujeito ativo do trabalho como condição indispensável à produção” (GRISCI, 2006, p. 327).

Frente a isso, impulsionado para a realização de si, o indivíduo é solicitado a “responder a injunção de estar ‘bem em sua pele’, equilibrado, desabrochado, excelente em todos os domínios da existência, capaz de fazer frutificar a diversidade de seus talentos” (GAULEJAC, 2007, p. 186), de modo a “sair bem na foto”, conforme expressão popular. Essas solicitações, julga Gaulejac, correspondem a um sistema de pensamentos, de crenças e de princípios que são interiorizados e potencializados pelos trabalhadores. Os novos modos de trabalhar voltam-se, portanto, para como um indivíduo “sabe ser”, no sentido de mobilizar-se em prol do trabalho. Nota-se o apelo à subjetividade do trabalhador, o qual deve estar preparado para suportar e responder às novas demandas do trabalho (GAULEJAC, 2007).

Ao referir-se à intensificação do trabalho, Dal Rosso (2008, p. 25) a compreendeu como “os processos de quaisquer naturezas que resultam em um maior dispêndio das capacidades físicas, cognitivas e emotivas do trabalhador com o objetivo de elevar quantitativamente ou melhorar qualitativamente os resultados”, e afirma que hoje o trabalho busca mobilizar o trabalhador e o convida a trabalhar sempre mais e mais depressa. A intensificação induz o indivíduo a dedicar todo o seu potencial inventivo e inteligência para o trabalho e resulta em aflições cada vez maiores decorrentes da cultura da falha zero e do desempenho, uma

vez que poucos são premiados e muitos são considerados como perdedores. A valorização e o estímulo para uma alta *performance* legitimam a intensificação do trabalho e banalizam a violência e a precariedade das condições do trabalhador (GAULEJAC, 2007).

Se o tempo para o trabalho não conhece mais limitações, os espaços de trabalho diluem-se da mesma forma. O indivíduo deve estar sempre “plugado” e não mais pode ter “necessidade de um escritório fixo, mas de um escritório que ele carrega consigo” (GAULEJAC, 2007, p. 111), para qualquer lugar que poderá vir a tornar-se *set* de produção ou cenário fotográfico, por exemplo. Trata-se, portanto, de uma disponibilização constante para a mobilidade desamarrada de quaisquer laços que possam impedi-la. Embora os movimentos xenofóbicos estejam presentes em alguns países, os mercados estão cada vez mais globalizados e os indivíduos se veem envoltos na sociedade líquido-moderna e em facilidades e incentivos à movimentação internacional, ao estabelecimento de um jogo curto, na perspectiva do curto prazo e de reinícios indolores (BAUMAN, 2007).

Segundo Lipovetsky (2009), a versatilidade da moda organiza a sociedade, por meio da produção de seduções e efemeridades. Assim, alcança novas esferas de todas as camadas sociais. A moda é “celebrada no museu, é relegada à antecâmara das preocupações intelectuais reais; está por toda parte na rua, na indústria e na mídia”, considerou Lipovetsky (2009, p. 9).

Ao impulsionar o consumo e o desejo constante pelo novo a partir de diferentes focos e critérios de criação, a moda passou a ser um dos lugares em que encontramos dispositivos e processos de subjetivação mediando diferentes articulações e possibilidades de existência, afirmou Villaça (2002). Segundo a autora, os indivíduos parecem flutuar em meio a um mercado global que compreende diferentes imagens da mídia, estilos, linguagens, lugares e viagens ao exterior.

Nesse cenário, além dos estilistas, circulam comerciários, profissionais caça-talentos, costureiros, publicitários, jornalistas, consultores, fotógrafos, maquiadores, cabeleireiros, agenciadores e os modelos de moda. Em comum, eles veem-se impulsionados para a realização de si de modo que cada um é convidado a “produzir sua vida, realizar-se, construir-se” (GAULEJAC, 2007, p. 113), sendo, ao mesmo tempo, confrontado com adversidades e com suas próprias fraquezas e temores.

Um olhar mais restrito pode, equivocadamente, impedir que moda e trabalho de modelo de moda sejam considerados em toda a complexidade que os envolve. A noção de trabalho imaterial contribui para, ao menos em parte, visibilizá-la. O trabalho de modelo de moda está regulamentado pela Lei 6.533, de 24 de maio de 1978, modificada pelo Decreto 82.385 de 5 de outubro de 1978 no qual consta a denominação “Manequim”, como aquele que “representa e desfila usando seu corpo para exibir roupas e adereços”. A Classificação Brasileira de Ocupações (CBO), do Ministério do Trabalho (BRASIL, 2002), traz a denominação Modelo de Moda. Segundo a CBO, modelos são aqueles que:

posam para fotógrafos e artistas plásticos imobilizando o corpo segundo orientação artística ou criando poses próprias, em estúdios, escolas de arte e locações internas ou externas; mostram produtos em trabalhos publicitários (fotos,

filmes e eventos) mobilizando habilidades expressivas que atraem o olhar, que sugerem comportamentos e estilos de vida e que representam o tipo de pessoa que se quer associar ao produto; desfilam em passarelas ou em espaços determinados, onde sincronizam movimentos conforme a música e a coreografia, adotando expressão facial e corporal pré-estabelecida, para expor coleções de moda, detalhes do produto e acessórios, em “*show e show room*” de moda; cuidam da aparência e concentram-se na linguagem corporal (BRASIL, 2002).

Conforme Libardi (2004), modelos são aqueles indivíduos que oferecem suas imagens para vender determinado produto ou serviço. O modelo ideal, segundo a autora, necessita ser alto e magro, pois “faz o *show* na passarela, interpretando as roupas que desfila. Já o modelo fotográfico ou o modelo comercial, como o nome já diz, posa para fotos e conhece técnicas de vídeo, e nem precisa ser tão alto” (LIBARDI, 2004, p. 78). Atualmente, mídia e publicidade não diferenciam modelos de manequins. Consideram a última denominação, em geral, ultrapassada.

Trata-se de um trabalho que se visibiliza no corpo, mas que não diz respeito somente a ele, englobando também a valorização da personalidade, do esforço e da dedicação, da atitude, do estilo, das características e dos códigos do trabalho imaterial (GORZ, 2005; GRISCI, 2006; LAZZARATO; NEGRI, 2001). Os modelos de moda disponibilizam para o trabalho estilo próprio, conhecimento, investimento de tempo, afeto, representações artísticas e, nesse sentido, pode-se tomar o trabalho como inseparável da vida.

Pacce (2006, p. 301) afirmou que, na profissão de modelos, “os atributos físicos ajudam, é certo”, mas “mulher e homem bonito têm aos milhões em qualquer praia do Brasil”. Sacrifícios são necessários àqueles que almejam sucesso em trabalho em que são pagos para estarem bem e apresentarem uma imagem sem sentimentos de dor ou infelicidade (PACCE, 2006). Além da beleza, modelos necessitam ter personalidade, atitude, disponibilidade para mudanças, serem flexíveis, comunicativos, falarem mais de uma língua, entre outras características impossíveis de serem mensuradas (LIBARDI, 2004; SCHIMITZ, 2013; WISSINGER, 2007; 2009).

Assim como se fazem notar as demandas e características do trabalho imaterial, as relações entre modelos no exercício de seu trabalho reconfiguraram-se em redes de cooperação momentâneas. Isso se associa ao fato de que se torna cada vez mais difícil estabelecer relações de confiança em meio a ambientes que, em geral, incitam a competição (BAUMAN, 2007). Para Wissinger (2007; 2009), embora a profissão ressalte competição extrema, a rede de relacionamentos com agentes, fotógrafos e demais promotores tornou-se essencial para a conquista de maior visibilidade, de uma boa reputação e conseqüente efetivação de contratos.

Cabe considerar, ainda, que, apesar de comumente associada a um mundo de *glamour*, luxo e viagens internacionais (LIPOVETSKY, 2009), a realidade da profissão de modelo é um sonho de muitos e sucesso de poucos (LIBARDI, 2004). Schmitz (2013) buscou analisar a relação do consumo midiático com o desejo juvenil de mulheres de seguir a carreira de modelo. Para tanto, utilizou a imagem de um funil para exemplificar o grande número de aspirantes e as limitadas chances de estrelato no trabalho de modelo de moda.

Dada a contextualização, percebe-se que as transformações que ocorreram com a moda e com modelos de moda relacionam-se, diretamente, com as características do trabalho imaterial.

## **Fotografia**

As fotografias podem exibir o mundo de maneiras muito particulares. Rose (2007) sustentou que estamos cercados por diferentes tecnologias visuais – fotografia, filme, vídeo, televisão – e as imagens que eles nos mostram, e todas essas formas de tecnologias nos ofereceriam diferentes visões do mundo. “Uma distinção de visão é, por vezes, feita entre visão e visibilidade. A visão é o que o olho é fisiologicamente capaz de ver. A visibilidade refere-se a: ‘como vemos, como somos permitidos ou feitos para ver’” (ROSE, 2007, p. 2, tradução nossa). O espectador estaria, portanto, em uma relação de visão e visibilidade perante a imagem.

Segundo Rose (2007), disciplinas como a antropologia e a geografia humana utilizaram, historicamente, imagens visuais e, principalmente, fotografias como instrumentos de coleta de dados. Para a autora, a fotografia é um valioso elemento visual para coleta de informações em pesquisas sociais, tendo efeito sobre o espectador que a vê.

O uso de fotografias em estudos sobre trabalho tem merecido destaque no âmbito acadêmico, conforme sinalizaram Maurense e Tittoni (2007). Na Administração, são comuns tanto o uso de imagens técnicas e comerciais de um trabalho como a solicitação de que os participantes fotografem o que para eles representa o trabalho. Ressalta-se que tais estratégias podem acabar limitando a compreensão do trabalho real empreendido, uma vez que estariam mais direcionadas para uma suposta ilustração ou complemento da linguagem textual. Segundo Zanella (2011, p. 31), as fotografias apresentam-se como significativos “dispositivos que não somente dão visibilidade ao foco do olhar do pesquisador ou do sujeito com o qual pesquisa: muito mais (re)velam e, entre esses possíveis, objetivam a epistemologia subjacente ao próprio pesquisar”.

Samain (2012) propôs uma reflexão acerca da fotografia como um lugar de memórias e arquivos vivos do tempo:

As fotografias são tecidos, malhas de silêncios e de ruídos. Precisam de nós para que sejam desdobrados seus segredos. As fotografias são memórias, histórias escritas nelas, sobre elas, de dentro delas, com elas. É por essa razão, ainda, que as fotografias se acumulam como tesouros, dentro de pastas, de caixinhas, de armários, que elas se escondem dentro de uma carteira. Elas são nossos pequenos refúgios, os envelopes que guardam nossos segredos. As pequenas peles, as películas de nossa existência. As fotografias são confidências, memórias, arquivos (SAMAIN, 2012, p. 160).

Corroborando a visão de Samain (2012), o uso das fotografias contribuiu para o estudo, pois desencadeou memórias relativas a um trabalho que se visibiliza/invisibiliza no corpo dos

modelos, uma vez que a imagem se constitui como um poderoso registro dos acontecimentos.

Barthes (1984) vislumbra dois elementos presentes na fotografia: *studium* e *punctum*. Entre eles, não se estabelece relação de ligação. Trata-se de uma co-presença. O autor chamou de *studium* tudo que acontece no cenário de uma fotografia e é culturalmente percebido, como, por exemplo, o ambiente, o cenário, as ações, as vestimentas e os gestos. Por outro lado, existe o *punctum*, outro elemento estrutural, que, segundo o autor, diz respeito aos sentimentos, ao que fere quem observa. Algo subjetivo, pessoal e intransferível, “*punctum* é também picada, pequeno buraco, pequena mancha, pequeno corte – e também lance de dados. O *punctum* de uma foto é esse acaso que, nela, me punge (mas também me mortifica, me fere)”, disse Barthes (1984, p. 46). A interpretação de uma fotografia, portanto, pode ser diferente para cada pessoa que a observar. Pode diferir, também, da interpretação do fotógrafo.

## CAMINHO METODOLÓGICO

### Participantes, coleta e análise

O presente estudo caracteriza-se como uma pesquisa de natureza qualitativa e exploratória, dada sua visão geral acerca de tema pouco sistematizado na literatura. De acordo com Denzin e Lincoln (2006), estudos qualitativos envolvem um conjunto de práticas interpretativas que direcionam o olhar de pesquisadores para compreender um fenômeno com base nos sentidos que as pessoas dão a ele. Envolvem, portanto, o universo das relações humanas e trabalham com motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes (MINAYO *et al.*, 2013), o que se julgou pertinente ao presente estudo.

Por conveniência, foram acessados para o estudo oito modelos de moda, quatro homens e quatro mulheres, com idade entre 21 e 28 anos, independentemente da formação, com experiência mínima de um ano de modelagem internacional. A eles, atribuíram-se pseudônimos relativos a deuses da mitologia grega. Tal escolha deveu-se à atual e usual expressão “Que deus (a)!” , frequentemente utilizada em alusão à beleza de alguém. O acesso aos participantes ocorreu por indicação, contando com a técnica denominada como *snowball*, ou “bola de neve”, na qual um participante indica outros participantes com características que seriam de interesse do estudo, com base na sua rede de relacionamentos (BIERNACKI; WALDORF, 1981).

Eles foram entrevistados individualmente, de modo presencial ou por *Skype*, a depender de sua preferência ou localização geográfica, visto que alguns dos participantes trabalhavam no exterior à época das entrevistas. Ferramentas virtuais como o *Skype* têm sido frequentemente utilizadas para a realização de pesquisas acadêmicas qualitativas (DEAKIN; WAKEDIELD, 2014; HANNA, 2012). Tais ferramentas aproximam-se de uma situação presencial, permitindo contato visual e por voz. Ainda, no caso de entrevistados que residam em local geograficamente distante, podem ser uma das principais formas de comunicação com familiares e amigos no país de origem, por isso, em geral, se sentem confortáveis com a ideia de serem entrevistados (as) dessa forma.

Solicitou-se previamente que cada modelo selecionasse, de livre escolha, uma fotografia relativa ao seu trabalho. Dada a compreensão da fotografia como elemento central à discussão (MAURENTE; TITTONI, 2007; SAMAIN, 2012), optou-se por privilegiá-la como condutora das falas, em detrimento de um possível roteiro de entrevista com perguntas pré-definidas. Desse modo, os modelos falaram livremente a respeito do seu trabalho e de si perante aquela fotografia, e escutou-se a respeito do trabalho realizado, da mobilização de si, do que os modelos viam de si na imagem e de como a avaliavam. As entrevistas, com duração aproximada de 30 minutos, foram gravadas e posteriormente transcritas a fim de serem analisadas à luz do referencial teórico pertinente. A análise empreendida levou em conta as significações compartilhadas pelos modelos a respeito do trabalho realizado.

Os resultados e análise apresentam uma breve descrição feita pelas pesquisadoras a respeito do que viram de cada fotografia selecionada, a fim de problematizar essa descrição relativamente às falas dos modelos.

Embora tenha sido dito aos participantes que as fotografias não seriam divulgadas, todos, sem exceção, mostraram-se confortáveis com a divulgação, caso fosse necessário. A fim de garantir-lhes o sigilo, optou-se pela não divulgação.

## APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DE RESULTADOS

O relato da fotografia selecionada por Atena, permitiu ver um pequeno ato de insubordinação e resistência aos ditames da profissão, cerceado por um modelo de modelo de moda que se fez notar na pose que favorece a aparência do corpo magro. O que se viu na fotografia é Atena em pé, sorridente, com olhar direcionado para a câmera e com os braços abertos em frente a uma ponte. A modelo veste roupa colorida e sua mão direita segura um objeto, aparentemente um papel. A fotografia pertence ao seu acervo pessoal e, durante a fala, Atena mostrou-se emocionada e não conteve as lágrimas ao rever tal fotografia e lembrar-se da vida vivida em sua primeira viagem internacional. Isso permitiu considerar a fotografia como desencadeadora das lembranças relativas à experiência vivida. A imagem, compreendida nessa perspectiva, mostrou-se pensante (SAMAIN, 2012).

Foi em Nova York, a primeira vez que eu fui. Eu trouxe essa [fotografia], porque acho ela significativa por várias coisas. Mostra um pouquinho de como ela é fantástica, apesar do momento difícil que eu estava vivendo lá. Foi quase no fim da viagem, eu estava muito triste e eu tentei parecer feliz na foto. Eu estava com um moletom gigante, porque eu já tinha engordado, eu estava me sentindo gorda e levantei os braços para o moletom ficar maior que o meu quadril e parecer meu quadril mais magro e mais fino, então tudo foi estrategicamente pensado, eu não estou de braços para cima do nada. A coisa lá extrapola tua vida profissional. Tu achas que todo mundo vai te ver gigante. E eu estava comendo um chocolate, e eu nunca podia comer um chocolate. Mas eu estava numa época que eu comia por meio que me autossabotar. E esse chocolate não era uma coisa comum, ele era um erro, ele significava muito mais [...] Eu não me sentia uma pessoa normal nem para comer uma sobremesa quando estava com vontade. Isso pode parecer pouco, mas é muito significativo (ATENA).



Percebe-se que a fotografia selecionada por Atena possui um *studium*, referente ao cenário da fotografia, aos elementos visíveis e anteriormente descritos, e um *punctum*, algo que a fere a ponto de considerar a imagem como significativa para si. Tal elemento caracteriza-se como algo pessoal e intransferível por dizer respeito ao impacto causado, por determinada fotografia, em determinada pessoa. Segundo esse entendimento, a fotografia de Atena poderia permanecer totalmente indiferente no olhar de outra pessoa, despertando apenas um interesse geral, sem *punctum*, sem ferir diretamente o espectador (BARTHES, 1984).

Ademais, tal apreciação leva a perceber controles exercidos por terceiros e pela própria modelo a fim de adequar-se ao perfil vigente no aqui e agora para afastar-se da estagnação, algo que permaneceria insuspeitado se não estivesse acompanhado pela fala. Conforme Barthes (1984, p. 16), “seja o que for o que ela dê a ver e qualquer que seja a maneira, uma foto é sempre invisível: não é ela que vemos” (BARTHES, 1984, p. 16).

As fotografias escolhidas pelos modelos Kera, Psiquê e Ares pertenciam a seus *books* fortes, nome atribuído ao conjunto de fotografias utilizadas para a apresentação dos modelos. Esses modelos relataram que as fotografias por eles selecionadas representaram a abertura de oportunidades de trabalho no exterior. A fotografia selecionada por Kera é em estúdio e a modelo está só, em pé, e porta vestido colorido. Seu rosto, com aparência séria e olhar direcionado para a câmera. A marca da empresa, com escritos em mandarim, aparece duas vezes, acima e à direita de Kera. A seguir, a modelo relata o significado da fotografia para si.

Essa foto que escolhi foi daquele trabalho que eu te contei que eu fui três vezes à cliente para ela me ver. Parecia que as três vezes que fui naquela cliente, ela nunca tinha me visto, porque ela pegou meu *book*, ela olhou todo o *book*, me olhava dos pés à cabeça, pediu para eu desfilas umas duas ou três vezes. Foi realmente uma cliente muito importante para a minha carreira. Mas foi só depois de umas três vezes que eu fui lá, que eu consegui. E aí ela olhava aquele *book*, nossa, ela ficava meia hora olhando o *book*, pedia para desfilas. Aí eu achei, “não vou pegar o trabalho”, porque demorou um mês para ela dar a resposta do teste. Para esse trabalho, eu saía umas 7h da manhã de casa e voltava umas 22h, 23h da noite, e foram dois dias diretos assim, só parava para almoço. Era engraçado que lá, no trabalho, tu não tinhas muito tempo para se alimentar direito, só no almoço ali, e, depois, a gente ia embora, então, nessa fotografia, eu estava morrendo de fome (KERA).

Segundo Sontag (2007, p.20), “as fotografias são uma interpretação do mundo”. Observando-as os modelos puderam pensar as singularidades que dizem respeito ao trabalho imaterial realizado (GORZ, 2005; LAZZARATO; NEGRI, 2001). E, conseqüentemente, à vida vivida e ao corpo que visibiliza ou invisibiliza o trabalho imaterial no sentido de deixar ver as mensagens a ele demandadas e impedir de ver a intensificação (DAL ROSSO, 2008) que a ele pode se abater, no caso, na forma da fome e do cansaço sentidos.

Psiquê selecionou uma fotografia em que está em estúdio, aparece sozinha, em pé e com uma das mãos na cintura. Veste maiô na cor preta, tem o rosto com aparência séria e voltado à direita. Quem a vê não alcança a dimensão que aquela fotografia representou na composição do *book* forte de Psiquê. “Essa fotografia foi quando comecei a ganhar meu espaço no Chile,

com um fotógrafo muito famoso. Ele abriu espaço para que eu ficasse mais conhecida e falou que, na próxima vez que eu voltasse para o Chile, eu ia estourar”, diz ela. Compreendido como o *curriculum vitae* de um modelo, o *book* forte é uma das primeiras exigências feitas no exterior, sendo visto como elemento de segurança que atesta a qualidade do trabalho do modelo, conforme atestou Ares. Segundo Libardi (2004), é por meio das fotografias que compõem o *book* forte que a modelo demonstra o seu talento, a sua expressividade, a sua atitude, enfim, o melhor que consegue trabalhar.

Ares selecionou uma fotografia em que aparece sozinho e veste calça jeans, camisa e paletó. A aparência é séria, com olhar fixado em ponto qualquer, caminhando em direção à câmera com movimento ascendente em uma escada. Em sua fala, o modelo dá ênfase à dificuldade de realização da fotografia e sobre as oportunidades de trabalho por ela visibilizadas.

Essa foi uma fotografia que eu fiz para uma marca de jeans. Foi uma campanha que me abriu as portas para trabalho em Israel. Marcou como uma nova etapa. Significa algo como “venci até aqui, quebrei essa barreira, agora vou poder mostrar o meu trabalho”. Não é uma das minhas fotos preferidas, mas é uma foto que representa algo para mim. Não foi uma foto fácil, porque o fundo é falso, estava muito quente aquele dia, o ar condicionado do fotógrafo não dava conta, e, para fazer as escadas da foto, foi feito com madeira, eles colocaram uma tela verde para poder fazer o fundo. Eu fiz várias vezes a mesma pose, subindo no degrau e olhando para câmera, até o fotógrafo dizer que estava ok (ARES).

Através das manifestações de Kera, Psiquê e Ares, vê-se que os modelos mobilizaram algo além da beleza física para a fotografia. Desde a disposição para passarem, por vezes, dias inteiros em estúdios sendo fotografados, repetindo várias vezes a mesma pose a fim de conseguirem a diferença demandada para a fotografia ideal, até a omissão de sentimentos como o cansaço e a fome, para transmitirem a imagem de uma pessoa feliz e confortável no momento do clique.

As considerações corroboram o que ressaltou Gaulejac (2007) sobre o trabalhador contemporâneo, constantemente exigido a transmitir uma imagem de estar bem na própria pele. Na especificidade dos modelos de moda, essa exigência aparece de forma exacerbada. A escolha de Poseidon sugere que a fotografia também requer a incorporação da marca, do estilo, do conceito atribuído a cada trabalho.

Na fotografia, a preto e branco, o modelo veste calça preta e camiseta da banda britânica de rock Led Zeppelin. Poseidon está saltando e simulando o movimento de tocar um instrumento musical, como uma guitarra ou baixo. Sobre a fotografia, ele diz: “esta fotografia demanda mais habilidade da minha parte. É uma interpretação para uma marca, eu tinha que incorporar um estilo *rock’n’roll*. Fiz a pose pulando e essa foto também está no meu *book* e me trouxe muitos trabalhos”. Interpretar a marca e incorporar um estilo dizem respeito às características requisitadas pelas marcas e agências de modelos e, ao mesmo tempo, ao trabalho imaterial que se vê no próprio corpo (PACCE, 2006; WISSINGER, 2007; 2009).

Nix fez recair sobre o passado um olhar benevolente que se sustenta na ideia de

reconhecimento, vislumbrado através da fotografia que selecionou. A fotografia escolhida por Nix é de um *outdoor*, exposto em um prédio, no qual a modelo está sozinha, com rosto sorridente e olhar direcionado para a câmera. Veste roupa na cor preta e a marca da empresa aparece à esquerda da modelo acompanhada dos seguintes elementos textuais “*Keep comfort*”. A fala sobre a fotografia selecionada pela modelo transpareceu o sentimento de orgulho perante a observação do trabalho realizado, e o sentido de alegria dado à experiência na China.

Cheguei para trabalhar e acho que era a segunda semana de trabalho que eu fiz. Eu estava ao telefone com uma amiga e muitos chineses ao meu redor, maquiador, cabeleireiro, fotógrafo, e eu na frente do estúdio. Eles me cutucavam, falavam em chinês e apontavam para o céu. E eu falava ‘Calma, calma’. Quando eu olhei para o lado tinha um *outdoor* enorme meu. Eu olhei para o outro lado e tinha outro e eu ‘Meu Deus do Céu!’. Não tem explicação. Eu nunca tinha conseguido ver um *outdoor* com um trabalho meu. Quando eu olhei esse, eu perdi o chão, fiquei em choque. Eu perguntava ‘Essa sou eu?’. Era um trabalho qualquer, mas só de ver, nossa! (NIX).

A partir da fala de Nix, pode-se notar que a fotografia carrega consigo a magia da (re) criação de um “isso foi” (BARTHES, 1984, p. 115) àquela que a observa, um estímulo ao momento perpetuado. Incita, ainda, “sentimentos antes esquecidos, relativos a um momento que não está mais entre nós, ou trazer, por instantes, sensações vividas em determinada época; ela cumpre o seu papel na lembrança, na reminiscência e na redescoberta dos fatos” (FELIZARDO; SAMAIN, 2007, p. 215).

Algumas fotografias foram escolhidas por representarem justamente um momento de consagração na carreira como modelo de moda. “O desfile da Milão *Fashion Week*” (PROMETEU); “a capa da *Vogue*” (CRONOS); “o *outdoor* em um prédio da China” (NIX). Segundo Samain (2012, p. 153), as fotografias são um convite a “olhar nossa história” e, revisitando suas imagens, os modelos relembrou momentos marcantes de seus trabalhos.

Prometeu escolheu fotografia em que desfila em uma passarela e aparece em primeiro plano, acompanhado por outro modelo que se encontra de costas ao fundo. Veste roupas e sapatos pretos, porta cartola e leva consigo um bastão de punho. Prometeu transmite porte aristocrático, está com aparência séria e olhar direcionado para a câmera. Ao falar sobre a fotografia, o modelo lembrou-se do desfile realizado em Milão:

Escolhi uma foto do desfile Milão *Fashion Week*, que é o evento que me fez ficar na Itália esperando, porque eu queria muito fazer esse desfile. Entrei tremendo na passarela, mas essa fotografia significa muito para mim, representa tudo que eu passei lá, sentimentos bons e ruins, angústia, medo, saudade, e até fome para conquistar esse desfile. Esse foi meu primeiro pequeno sonho. De ter participado dos testes e ter conseguido. Eu passei por tudo que eu passei para poder conseguir isso (PROMETEU).

De sua fala, depreende-se que o desfile resultou de meses de sacrifícios suportados na perspectiva do jogo curto (BAUMAN, 2007), para que pudesse alcançar o seu objetivo

ou, como se referiu à fotografia, seu primeiro pequeno sonho. O trabalho imaterial, aquele não quantificável por padrões clássicos de medida, evidenciou-se, portanto, por meio dos sentimentos contidos e suportados, recordados e confessados a partir da fotografia.

Cronos, por sua vez, escolheu uma fotografia em estúdio, a preto e branco. O modelo está acompanhado de uma modelo. Ambos estão sentados no chão, vestem roupas claras e apresentam aparência séria com olhares voltados um para o outro. A marca que aparece é de uma determinada revista, à esquerda dos modelos, na parte inferior da fotografia. O modelo optou por falar sobre essa fotografia que lhe faz lembrar um momento importante da carreira, assim como Prometeu. Villaça (2002) e Bonadio (2004) destacam que ser capa dessa revista é almejado por qualquer *top model* e o relato de Cronos reforça a admiração e estima que circula entre os modelos de moda com relação à revista, o que sugere o sentimento de reconhecimento pelo trabalho realizado.

Eu estava em um *casting* em Milão, um entre tantos, aí o *booker* lá me ligou e disse ‘ó, preciso que tu abortes as tuas missões aí, não sei quantos *castings* tu já fizeste hoje, mas eu preciso que tu vás agora para um estúdio’. Aí eu disse ‘ok, beleza’. Menina de Deus. Eu cheguei lá e eu olhei... Era um lugar fino, legal pra caramba. Cheguei todo suado, logo secaram todo o meu rosto. Guria, eu não sabia que eu estava fazendo o primeiro editorial para essa revista. Primeiro editorial da minha vida na Europa foi dela. Essa foi ‘a foto’. Eles tentaram me mostrar o estilo que o editorial ia ter, mas eu não entendo muito de italiano e falava ‘*io non capisco niente*’. Eu fiquei muito nervoso, fiquei pensando que não poderia falhar, tinha que dar meu máximo, aquele era o meu momento (CRO-NOS).

Na perspectiva apresentada por Samain (2012, p. 163), compreendeu-se as fotografias como “lugares de questionamentos, lugares dentro dos quais, escrevemos, também, nossa história”. O orgulho sentido por Cronos, por exemplo, não se vê na fotografia, mas ele sustenta sua história de vida por meio do trabalho de modelo de moda.

A fotografia permitiu compreender que o trabalho imaterial pode ser visibilizado ou invisibilizado no corpo do próprio modelo, revelando, inclusive, a intensificação de um trabalho que, em geral, a *glamourização* tenta minimizar. Os relatos dos modelos revelaram o *punctum* evocado pela fotografia. Elementos não necessariamente evidentes em uma fotografia, mas que se manifestam por um longo tempo após o momento fotografado. “As pessoas envelhecem e morrem, os objetos e equipamentos se modificam ou se deterioram com o tempo. O que resta é a fotografia, o que nela ficou registrado se materializa e se imortaliza”, ressaltaram Felizardo e Samain (2007, p. 218).

Considera-se que “sem chegar a ser um sujeito, a imagem é muito mais que um objeto: ela é o lugar de um processo vivo, ela participa de um sistema de pensamento. A imagem é pensante”, conforme disse Samain (2012, p. 159). A fotografia serviu como um disparador de falas sobre o que ocorreu especificamente naquele trabalho, visibilizado ou não e, ao mesmo tempo, desencadeou memórias pessoais da vida vivida.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A fotografia, como recurso analítico e reflexivo do trabalho imaterial de modelo de moda, possibilitou ao estudo a superação das metodologias tradicionais relativas ao seu uso. Considera-se, ainda, que a opção pela não exposição das fotografias contribuiu como recurso metodológico inovador para pesquisas qualitativas, bem como substancial ao presente estudo, no sentido de evidenciar o contraste entre descrição do que é visto e a fala do modelo acerca do que a fotografia significa para si.

Como resultados do estudo, do ponto de vista teórico-metodológico, a fotografia: i) desencadeou questões que poderiam permanecer insuspeitadas para as pesquisadoras, caso não tivessem sido consideradas para o estudo em questão; ii) apresentou-se como lugar de memórias biográficas (SAMAIN, 2013) e recurso disparador da fala para os sujeitos, pelo que ela mostra e, ao mesmo tempo, não mostra; e iii) possibilitou visibilizar o invisível (BARTHES, 1984), ao evidenciar o trabalho imaterial como trabalho de si sobre si, resultando corpos correspondentes a padrões físicos estéticos a serviço da produção de valor.

A breve descrição de cada fotografia mostrou-se adequada no sentido da compreensão de que a descrição tão somente se mostra algo limitado, uma vez que muitas questões permaneceriam insuspeitadas se não acompanhadas da fala. Segundo Sontag (2007), descrições tendem a exagerar os dados da visão, entretanto, nenhuma consegue fixar, de forma permanente, o significado de uma fotografia. Mesmo que estática, a fotografia pode carregar múltiplas possibilidades de visibilidades e significações, reforçando também o que disse Barthes (1984).

Por fim, considera-se que a fotografia pode ser utilizada como problematização de estudo, provocação do visível e como disparador da imaginação e abertura dos fluxos de visibilidade para reflexão sobre variadas investigações problemáticas em pesquisas qualitativas. As fotografias e o contexto em que se colocam podem trazer questões específicas para a produção de conhecimento, uma vez que despertam lembranças aos informantes que poderiam permanecer insuspeitadas por outras alternativas de análise. Com isso, supera-se a ideia da fotografia elencada única e exclusivamente como recurso metodológico ilustrativo/representativo para coleta de dados.

## NOTA

1 Submetido à RIGS em: nov. 2016. Aceito para publicação em: set. 2017.

## REFERÊNCIAS

BAUMAN, Z. **Vida líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007.

BARTHES, R. **A Câmara Clara**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

BIERNACKI, P.; WALDORF, D. Snowball sampling: Problems and techniques of chain

referral sampling. **Sociological Methods & Research**, v. 10, n. 2, p. 141-163, 1981.

BONADIO, M. C. Dignidade, celibato e bom comportamento: relatos sobre a profissão de modelo e manequim no Brasil dos anos 1960. **Cadernos Pagu**, v. 22, p. 47-81, 2004.

BRASIL. Ministério do Trabalho e Emprego. **Classificação Brasileira de Ocupações 2002**. Brasília: MTE, 2002.

CAVEDON, R. N. Fotoetnografia: a união da fotografia com a etnografia no descortinamento dos não-ditos organizacionais. **Organização & Sociedade – O&S**, v. 12, n. 35, p. 13-27, 2005.

DAL ROSSO, S. **Mais trabalho!**: A intensificação do labor na sociedade contemporânea. São Paulo: Boitempo Editorial, 2008.

DEAKIN, H.; WAKEFIELD, K. Skype interviewing: Reflections of two PhD researchers. **Qualitative Research**, v. 14, n. 5, p. 603-616, 2014.

DENZIN, N. K.; LINCOLN, Y. S. **O planejamento da pesquisa qualitativa: teorias e abordagens**. Porto Alegre: Artmed, 2006.

ENTWISTLE, J.; WISSINGER, E. Keeping up appearances: aesthetic labour in the fashion modelling industries of London and New York. **The Sociological Review**, v. 54, n. 4, p. 774- 794, 2006.

FELIZARDO, A.; SAMAIN, E. A fotografia como objeto e recurso de memória. **Discursos Fotográficos**, v. 3, n. 3, p. 205-220, 2007.

GAULEJAC, V. D. **Gestão como doença social: ideologia, poder gerencialista e fragmentação social**. São Paulo: Ideias e Letras, 2007.

GODOY, A. S. Refletindo sobre critérios de qualidade da pesquisa qualitativa. **Revista Eletrônica de Gestão Organizacional**, v. 3, n. 2, p. 80-89, 2005.

GONDIM, S. M. G.; FEITOSA, G. N.; CHAVES, M. A imagem do trabalho: um estudo qualitativo usando fotografia em grupos focais. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 11, n. 4, p. 153-174, 2007.

GORZ, A. **O imaterial: conhecimento, valor e capital**. São Paulo: Annablume, 2005.

GRISCI, C. L. I. Trabalho imaterial. In: CATTANI, A. D.; HOLZMAN, L. (Org.). **Dicionário de Trabalho e Tecnologia**. Porto Alegre: Ed. UFRGS, 2006.

HANNA, P. Using internet technologies (such as Skype) as a research medium: a research note. **Qualitative Research**, v. 12, n. 2, p. 239-242, 2012.

LAZZARATO, M.; NEGRI, A. Trabalho imaterial: formas de vida e produção de subjetividade. Rio de Janeiro: DP & A, 2001.

LIBARDI, M. **Em busca da fama: profissão modelo**. São Paulo: SENAC, 2004.

LIPOVETSKY, G. **O império do efêmero**: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

MAURENTE, V.; TITTONI, J. Imagens como estratégia metodológica em pesquisa: a fotocomposição e outros caminhos possíveis. **Psicologia & Sociedade**, v.19, n. 3, p. 33-38, 2007.

MENDONÇA, J. R. C.; BARBOSA, M. L. A.; DURÃO, A. F. Fotografias como um recurso de pesquisa em marketing: o uso de métodos visuais no estudo de organizações de serviços. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 11, n. 3, p. 57-81, 2007.

MENEZES, M. A fotografia como de produção de conhecimento nas ciências humanas e sociais: primeiras aproximações. **Revista de Psicologia da UNESP**, v. 12, n. 1, p. 90-102, 2013.

MINAYO, M. C. D. S.; DESLANDES, S. F.; CRUZ NETO, O.; GOMES, R. **Pesquisa social**: teoria, método e criatividade. Rio de Janeiro: Vozes, 2013.

PACCE, L. **Pelo mundo da moda**. São Paulo: Editora SENAC, 2006.

ROSE, G. **Visual methodologies**: An introduction to researching with visual materials. 2. ed. Thousand Oaks, CA: Sage, 2007.

SAMAIN, E. As peles da fotografia: fenômeno, memória/arquivo, desejo. **Visualidades**, Goiânia, v. 10, n. 1, p. 151-164, 2012.

SCHMITZ, D. M. **Vivendo um projeto em família**: consumo midiático, beleza feminina e o sonho juvenil de ser modelo profissional. Tese (Doutorado) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2013.

SONTAG, S. **Sobre fotografia**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

VILLAÇA, N. Personas na passarela: moda e subjetivação. **Logos**, v. 9, n. 2, p. 45-50, 2002.

ZANELLA, A. V. Fotografias e pesquisas em psicologia: retratos de alguns (des)encontros. In: ZANELLA, A. V.; TITTONI, J. (Org.). **Imagens no pesquisar**: experimentações. Porto Alegre: Ed. Dom Quixote, 2011.

WARREN, S. Show me how it feels to work here: using photography to research organizational aesthetics. **Ephemera**, v. 2, n. 3, p. 224-245, 2002.

WISSINGER, E. Modelling a Way of Life: Immaterial and Affective Labour in the Fashion Modelling Industry. **Ephemera: Theory & Politics in Organization**, v. 7, n. 1, p. 250-269, 2007.

\_\_\_\_\_. Modeling Consumption: Fashion modeling work in contemporary society. **Journal of Consumer Culture**, v. 9, n. 2, p. 273-296, 2009.

Agradecemos à Capes e ao CNPq, pelo apoio concedido.

**Vanessa  
Amaral Prestes**

Mestre e doutoranda em Administração. Programa de Pós-Graduação em Administração da Escola de Administração da Universidade Federal do Rio Grande do Sul – PPGA/EA/UFRGS.

vanessa.amaral.prestes@gmail.com

**Carmem Ligia  
Iochins Grisci**

Doutora em Psicologia – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul – PUCRS, Pós-Doutorado ISEG/Universidade de Lisboa. Pesquisadora CNPq 1D. Professora Titular – Programa de Pós-Graduação em Administração da Escola de Administração da Universidade Federal do Rio Grande do Sul – PPGA/EA/UFRGS. Bolsa CNPq - Brasil. Processo 302978/2014-3.

cligrisci@ea.ufrgs.br