

# VIVÊNCIA FOTOGRÁFICA E MODA AFETIVA: UMA PROPOSTA PARA O AUMENTO DA AUTOESTIMA FEMININA

## PHOTOGRAPHIC EXPERIENCE AND AFFECTIVE FASHION: A PROPOSAL TO INCREASE FEMALE SELF-ESTEEM

ISADORA TEIXEIRA CARDOSO<sup>1</sup>

GRAZIELA BRUNHARI KAULING<sup>2</sup>

**Resumo:** Esta pesquisa tem como objetivo compreender como a moda e a fotografia podem auxiliar na transformação pessoal e aumento da autoestima feminina. Explicações teóricas sobre a moda afetiva e a importância da fotografia fundamentam o referencial teórico. Os procedimentos metodológicos foram guiados sob um olhar sociológico compreensivo. A coleta de dados foi realizada por meio de entrevistas semiestruturadas entre uma fotógrafa e uma pessoa fotografada, com o intuito de guiar a vivência fotográfica aplicada. No entrecruzamento dos dados, foram identificados seis elementos norteadores, sendo eles: conexão, empatia, maternidade, linguagem fotográfica, *styling* e reconexão. A vivência fotográfica aplicada foi desenvolvida com base nesses elementos.

**Palavras-chave:** Moda afetiva; Fotografia; Autoestima; Sociologia compreensiva.

**Abstract:** This research aims to understand how fashion and photography can help personal transformation and increase female self-esteem. Theoretical explanations about affective fashion and the importance of photography support the theoretical framework. The methodological procedures were guided under a comprehensive sociological perspective. Data collection was carried out through semi-structured interviews between a photographer and a photographed person, in order to guide the applied photographic experience. In the intersection of data, six guiding elements were identified, namely, connection, empathy, motherhood, photographic language, styling and reconnection. The applied photographic experience was developed based on these elements.

**Keywords:** Affective fashion; Photography; Self esteem; Comprehensive sociology.

---

<sup>1</sup> Acadêmica do Curso Superior em Design de Moda no Instituto Federal de Ciência e Tecnologia de Santa Catarina (IFSC), Araranguá, Santa Catarina, Brasil. E-mail: isadoratccardoso.98@gmail.com

<sup>2</sup> Doutora em Ciências da Linguagem pela Universidade do Sul de Santa Catarina (UNISUL). Professora do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Santa Catarina (IFSC), Araranguá, Santa Catarina, Brasil. E-mail: graziela@ifsc.edu.br.

# 1. Introdução

A moda como fenômeno social carrega uma grande potência simbólica, capaz de materializar aspectos subjetivos, transformando-os na estética de uma época. As roupas acompanham os indivíduos desde o nascimento, e, nos dizeres de Stallybrass (2012, p.5), "a mágica da roupa está no fato de que ela nos recebe, recebe nosso cheiro, nosso suor, nossas formas e pensar sobre roupas é pensar sobre memórias. A roupa é um tipo de memória". Segundo Stallybrass (2012), a roupa pode ser moldada ao toque, ela dura além do consumo imediato. Assim também é a fotografia, que, segundo Sontag (2004), proporciona ao indivíduo a possibilidade de reviver momentos e guardar as memórias na forma de lembranças. Desse modo, a foto não é somente um encontro entre um evento e um fotógrafo, tirar foto é um evento em si mesmo. Ao final do evento, a foto ainda existirá, conferindo a ele uma espécie de imortalidade.

Assim, o presente trabalho busca entender como a moda afetiva, por meio da fotografia, pode auxiliar o aumento da autoestima, correlacionando as duas áreas (moda afetiva e fotografia), visto que ambas possuem o poder de causar emoções, sensações e eternizar memórias. A motivação dessa pesquisa se iniciou a partir de inquietações da acadêmica com a visão que o ser humano possui de si mesmo, principalmente as mulheres.

O processo metodológico baseia-se na abordagem compreensiva, que visa a compreender os fenômenos e não a tentar explicá-los. Segundo Maffesoli (2010b), essa noção valoriza o conhecimento empírico sem declarar verdades absolutas. A coleta de dados foi realizada por meio de entrevistas semiestruturadas com duas participantes, sendo elas uma fotógrafa e uma pessoa fotografada. Após a coleta, foram realizadas as transcrições das entrevistas bem como o cruzamento dos dados entre elas. Assim, foi possível identificar seis elementos norteadores que guiaram a vivência fotográfica aplicada, são eles: conexão, empatia, maternidade, linguagem fotográfica, *styling* e reconexão. A análise dos resultados apresenta o resultado prático da vivência bem como a relação com os elementos norteadores.

## 2. Referencial Teórico

### 2.1. Por uma moda compreensiva e afetiva

Não há como separar a moda da sociedade e a sociedade da moda. Pois tudo que acontece são reflexos materializados uma da outra. Segundo Godart (2010, p.17), "a moda é um fato social total, visto que além de ser simultaneamente artística, econômica, política, sociológica, ela atinge questões de expressão da identidade social".

De acordo com Cidreira (2014), a moda serve como linguagem para salientar gostos, sentimentos, sonhos e anseios. Sendo assim, a vestimenta passa a transcrever as sensações e experiências pessoais, pois não está limitada somente ao ato de se vestir, mas sim, a proporcionar sentimentos. Segundo Cidreira (2014, p.76),

o vestuário, elemento material mais visível da dimensão simbólica constituinte da moda, é um vetor de sentidos múltiplos e diversificados daquele que a veste. Por isso mesmo este fato aparentemente fútil e efêmero pode suscitar inúmeras reflexões sobre o ser humano, como aspectos da sua personalidade, sentimentos,

hábitos, etc.; bem como enquanto ser social.

Corroborando essa ideia, de acordo com Lipovetsky (2009) e Riello (2012), a moda é uma forma linguística, mas também visual, em que o indivíduo demonstra a sua personalidade e sua individualidade. Conscientemente ou não, a moda faz parte da vida do ser humano, uma vez que é um mecanismo social, pelo qual a sociedade expressa seus anseios, transformando-os em um conjunto de informações, como hábitos, comportamentos artísticos e musicais (LIPOVETSKY 2009).

De acordo com Cidreira (2014, p.14),

toda relação e significação do mundo comportam sempre um ou vários momentos de compreensão intuitiva, a partir de um esforço de empatia, de significações das quais todos os fatos humanos e sociais estudados são portadores. A dinâmica simbólica da moda provém naturalmente dos "atos de vestir" enquanto movimentos, ações ligadas aos lugares, atividades e posições sociais.

Assim, o vestuário serve como uma extensão da pele, o indivíduo usufrui dela como uma forma de proteção, e acaba por possibilitar a capacidade do mesmo usar o vestuário para a criação de um estilo "que se caracteriza como moda pela sua maneira de entrar em cena, de ter a cena e de deixá-la" (CIDREIRA, 2014, p. 62).

Entende-se que a moda, através de produtos, carrega sentidos, expressando características, gostos, sonhos, cultura e histórias. Faz parte da vida do indivíduo desde antes do nascimento até o fim da vida, trazendo uma simbologia por trás do produto de moda para quem está utilizando. Proporcionando ao mesmo indivíduo, ao entrar em contato com determinado objeto de moda, obter lembranças de dado momento vivido (SILVEIRA, 2015).

De todo exposto, observa-se que a moda é parte da sociedade, refletindo acontecimentos históricos e fazendo parte de diversas culturas (STEFANI 2005). A moda é como um espelho que reflete diretamente os anseios da sociedade, assim, a moda se conduz de acordo com a velocidade a que a sociedade transita (COUTINHO; KAULING, 2020).

A moda compreensiva traz uma outra forma de pensar a moda, considerando as subjetividades sociais, tais como emoção, afeto e propósito. Segundo Maffesoli (2010a), a moda possui esse grande potencial de materializar anseios sociais com uma velocidade incomparável. Entender a moda sob um aspecto sensível é entender que ela materializa com rapidez as efervescências sociais, fazendo isso com tanta antecedência de forma que pareça superficial. Além disso, a moda pode ser acolhedora e afetiva através do que proporciona quando está embebida em aspectos simbólicos e subjetivos da materialização. Assim, a "moda afetiva geralmente manifesta a aura do produto por meio do fazer e seu contexto respeitoso e ético de produção" (KAULING, 2020, p. 34). Deste modo, a moda afetiva proporciona ao indivíduo emoções, sensações e memórias.

## **2.2. Um breve histórico sobre fotografia e a importância das experiências fotográficas**

A fotografia surgiu com o intuito de inovar na área da informação, ciência e arte, demandando tempo, técnica e estudo. Surgiu como aprimoramento da pintura, mas, com o passar do tempo, começou a tomar seu lugar, uma vez que o processo de criação da pintura era demorado e com um grau de dificuldade maior. Após a revolução industrial, a fotografia foi se modificando e ganhando espaço, devido à possibilidade de reprodução em massa, o que, na época, tornou-se um grande marco, pela capacidade da reprodutibilidade técnica.

Os primeiros retratos despertaram a atenção por sua nitidez, já que eram claras e detalhadas, ao contrário da pintura. Nas palavras de Benjamin (2012, p. 103),

[...]as pessoas não ousavam, a princípio, olhar por muito tempo as primeiras imagens reproduzidas. Evitava-se a nitidez das pessoas, e tinha-se a impressão de que os minúsculos rostos humanos que apareciam na imagem eram eles mesmos capazes de nos ver, tão surpreendente para todos era a nitidez dos primeiros retratos.

As primeiras fotografias passaram por diversos processos até se tornarem mais acessíveis, demandando muitas técnicas e experimentos e se transformando através dos avanços tecnológicos, até se tornar natural e disponível à população (KOSSOY, 2001).

No início, a fotografia era algo estritamente exclusivo, usado pelas autoridades como expressão de poder, pois não era acessível e possuía alto valor. Mas, com o tempo, passou a fazer parte do cotidiano dos indivíduos, para registro de comemorações e momentos pessoais (BENJAMIN, 2012). Atualmente, a fotografia acompanha a vida das pessoas, desde registros de famílias, conquistas pessoais até manchetes de jornais. Tem o intuito de eternizar momentos, acessar as lembranças, possibilitando reviver, celebrar e reafirmar, simbolicamente, momentos vivenciados pelo indivíduo e consolidá-los (SONTAG, 2004).

Nesta Perspectiva, Sontag (2004, p. 14-15) expressa que as fotos são uma vivência capturada de determinado momento, "imagens fotografadas não parecem manifestações a respeito do mundo, mas sim pedaços dele, miniaturas da realidade que qualquer um pode fazer ou adquirir" e que "coleccionar fotos é coleccionar o mundo". As imagens ficam eternizadas, no sentido de lembranças e até mesmo provas, caso sejam necessárias. Sendo assim, a fotografia fornece um testemunho de um determinado momento (SONTAG, 2004).

Para Sontag (2004, p.14), a fotografia tem o poder de representar alguém e possibilitar uma nova versão de si. Desse modo, fotografar pessoas "seria como 'violá-las', ao vê-las como elas nunca se veem, ao ter delas um conhecimento que elas nunca podem ter", possibilitando enxergar através da foto muito mais do que vê. A fotografia tem esse poder de comunicar, revelar o que está oculto, proporcionando sentidos e significados.

Assim, nem sempre uma fotografia vai agradar a espectadores diversos ou conseguir repassar a imagem desejada. Tudo depende dos aspectos simbólicos contidos nela e da validação social. Neste sentido, segundo Kossoy (2001), a fotografia é uma forma linguística, pois ela conta uma história, adquirindo esse caráter, e é também uma forma de expressão cultural pois está inserida na cultura, registrando todo o tempo e seus aspectos. Através da fotografia, o ser humano constrói sua identidade, possibilitando deixar todas as inseguranças de lado e desfrutar do "eu" fotografado.

Neste sentido, a fotografia tem o poder de ajudar na construção da identidade do indivíduo, possibilitando se utilizar da fotografia para se ver de uma forma oposta ao que está acostumado, visualizando uma nova versão de si.

A moda foi uma das primeiras áreas a utilizar a fotografia para expor seus produtos. Ganhando destaque nos anos 60 devido a maneira com que exibiam as vestimentas, conquistando espaço nos meios de comunicação. Foi uma inovação pois a mesma tem o poder de expressar os acontecimentos do momento e unido a moda com os movimentos sociais de cada época. A fotografia de moda deste período buscava por um diferencial, algo que se tornasse simbólico e emblemático. Neste sentido, o precursor da fotografia de moda, Man Ray, se destacava pela forma que utilizava as luzes e sombras, sendo considerado referência de inspirações dos outros fotógrafos. (PESCADOR, 2015)

Segundo Nogueira (2012, p. 103) o intuito da moda utilizar as fotografias é "conseguir

cativar e envolver o público; promover o engajamento do consumidor com um estilo de vida, um ponto de vista; proporcionar uma ilusão na qual se possa acreditar". Possibilitando o indivíduo criar um imaginário onde o mesmo faz parte, não possuindo compromisso com a verdade cotidiana. Assim entende-se que a fotografia de moda serve como meio de comunicação, onde sua função é informar, comunicar e até mesmo gerar outras perspectivas ao indivíduo. A fotografia serve de instrumento para a área da moda.

### **2.2.2. Vivência fotográfica e a relação com a autoestima**

Segundo Sontag (2004), uma câmera fotográfica tem a finalidade de traduzir vivências em imagens através da foto. Benjamin (2012, p. 101) expressa que a fotografia é "uma grande e misteriosa experiência", possuindo a capacidade de revelar detalhes ocultos da realidade através da nitidez da lente. O autor disserta, também, sobre a capacidade que a fotografia tem de repassar intenções que nossos olhos são incapazes de enxergar, mas é possível de alguma forma sentir. Neste sentido, expõe que a fotografia é uma captura da vivência, que possui uma realidade tão verídica quanto o momento vivido. A fotografia tem o poder de carregar consigo uma história de algo que foi vivenciado. Uma de suas grandes características é trazer sensações e lembranças ao olhar a foto, possibilitando ao indivíduo reafirmar, lembrar e, até mesmo, reviver em sua memória aquele determinado momento (KOSSOY, 2001).

Uma vivência fotográfica profissional ajuda a encontrar todas as boas características e até mesmo aceitar as que não agradam muito. Assim, a fotografia, por meio das imagens, ressalta a beleza de indivíduos comuns. Como protagonista, o indivíduo fotografado se torna seu próprio padrão de beleza, transmutando as emoções e sentimentos sobre si mesmo.

De acordo com Floriani, Marcante e Braggio (2014), a autoestima é uma avaliação que o ser humano faz de si, estando diretamente ligada com a saúde mental e emocional do indivíduo. Ela pode ser classificada positiva ou negativamente, interferindo diretamente na vida do indivíduo e de suas memórias. Quando ela é positiva, o indivíduo fica satisfeito e enaltecido consigo mesmo, por outro lado, quando negativa, há o sentimento de inutilidade, insatisfação e tristeza, gerando crises de identidade, conflitos existenciais, abrindo um leque de problemas psicológicos, que podem ser desencadeados, afetando diretamente a convivência do indivíduo com a sociedade. De acordo com esses autores, independentemente do nível em que a autoestima possa estar, ela é algo único e íntimo de cada pessoa.

Um dos hábitos que atinge a autoestima é a comparação. Neste sentido, entende-se que ela é construída através das referências comparativas que o indivíduo idealiza, de acordo com essas comparações existe o resultado em uma boa ou ruim autoestima. Essas incessantes comparações são algo comum do indivíduo e podem ocasionar sérios problemas afetando seriamente a autoestima. Segundo Doron e Parot (2006, p.100), "na linha das teorias da comparação social, é definida como o resultado da comparação que o sujeito faz entre si mesmo e outros indivíduos significativos para ele".

A autora Wolf (2018), afirma o culto à beleza, observando a influência do padrão estético feminino criado pela imagem que os indivíduos possuem da beleza. Mulheres totalmente estereotipadas divergem da maioria, gerando assim, pouca representatividade do que, de fato, é real, e com isso, surge um padrão estético, inalcançável. Contribuindo assim, para o descontentamento e por uma busca incessante de sentir-se bem consigo mesma, essas comparações com os padrões ditados, frequentemente, pela mídia e moda provocam inúmeros transtornos, exemplos, são os alimentares, mentais e psicológicos, possuindo o avanço destes distúrbios, impactos significativos na sociedade.

Conforme Wolf (2018), apesar das conquistas da mulher, sobre inclusão e direitos, ao longo dos anos, a árdua batalha que precisa ser vencida, dia-a-dia é a relacionada à aparência física: “quanto mais numerosos foram os obstáculos pelas mulheres, mais rígidas, pesadas e cruéis e materiais vencidos pelas [...] imagens da beleza feminina a nós impostas.” (WOLF, 2018, p. 25). As mulheres estão presas a essas imagens de beleza ideal, construídas pelos homens, culturas e por elas mesmas.

É muito comum ouvir uma mulher falando a respeito do seu corpo, na maioria das vezes são comentários negativos, sempre visando no que poderia mudar, no que não gosta e fazendo comparações. Essa procura surge através da forma que a mídia tem exposto como sendo o corpo ideal. Em grandes campanhas publicitárias, podemos ver como as mulheres são padronizadas, corpos magros e altos são expostos, estabelecendo um padrão diferentemente da realidade. Quando a mulher é vista por sua aparência e não por suas qualidades e capacidade se inicia o mito da Beleza. Tal como Wolf (2018, p. 398) retrata claramente ao afirmar que “podemos nos erguer, a nós mesmas e a outras mulheres, para escapar do mito só se estivermos dispostas a procurar alternativas, dar apoio a elas e realmente examiná-las”.

Neste sentido, a fotografia surge como uma alternativa para resgatar a autoconfiança e autoestima, tirando o ideal de corpo perfeito vendido pelas grandes mídias, fazendo com que as pessoas se sintam bem da forma que são, reconhecendo as imperfeições e as aceitando. Sontag (2004, p. 11) expressa a fotografia como uma forma de “tomar posse de um espaço em que se acham inseguras”, pois, de acordo com a autora, o ato de fotografar é ter interesse pelas coisas da maneira como são e ser merecedor de registrá-las através da foto.

Assim, mesmo se tratando de um olhar compreensivo para a moda, é preciso considerar que a própria moda é construtora de padrões que interferem na autenticidade dos indivíduos e incita comparações, gerando sentimentos de frustrações ou não pertencimento. A moda é autodestrutiva e autoconstrutiva, pois ela mesma se constrói, ela mesma se destrói num *looping* eterno de fins e recomeços. A questão é, que tudo isso gera consequências sociais, podendo persuadir o indivíduo a uma contínua insatisfação, por não enquadrar-se no padrão vigente. A autoestima não deve estar relacionada à felicidade, visto que o aumento da autoestima vincula-se muito mais ao sentimento de pertença e aceitação social.

### **3. Metodologia**

A metodologia inicia-se com a explanação teórica sobre a abordagem da sociologia compreensiva, seguida de uma coleta de dados por meio de entrevista semiestruturada aplicada (fotógrafo e indivíduo fotografado), o entrecruzamento das entrevistas e a identificação dos elementos norteadores da vivência aplicada. Por fim, a vivência realizada com base nos elementos conclui os intuitos dessa pesquisa.

A base condutora da metodologia utilizada no presente artigo foi a sociologia compreensiva que se fundamenta no estudo de analisar o indivíduo, bem como suas ações sociais e motivações. Descrita também como a sociologia do cotidiano, constitui-se nas experiências do dia a dia, levando em consideração todas as informações obtidas, não anulando nenhuma delas, já que as mesmas são de suma importância (CIDREIRA, 2014).

Maffesoli (2010b) disserta sobre a abordagem compreensiva, que busca compreender a sociedade e não tentar explicá-la. Tende a perceber o indivíduo de acordo com suas vivências pessoais, enaltecendo o ideal de que não existe uma verdade absoluta, aspirando a singularidade e não estabelecendo pré-julgamentos.

Para a realização do presente trabalho, a sociologia compreensiva segue atenta para as subjetividades nas falas narradas visando a entrecruzar os olhares de um fotógrafo e de um indivíduo fotografado, sobre a importância de uma vivência fotográfica em questões de afeto, acolhimento e autoestima.

### 3.1. Coleta de dados por meio de entrevista

A coleta de dados se deu por meio de entrevistas semiestruturadas. De acordo com Gil (2008), a entrevista é uma forma que o pesquisador encontra de se comunicar com o entrevistado, através de perguntas para investigá-lo, com o objetivo de coletar informações sobre determinado tema. Segundo May (2004), a entrevista semiestruturada segue uma linha de roteiros com perguntas e é feita de modo aberto, podendo surgir outras questões durante a execução, mas nunca desviando do foco principal.

Um dos pontos positivos deste método, como citou May (2004), é a possibilidade de gerar um contato direto com o participante, trazendo um diálogo de interesse comum a ambas as partes envolvidas na entrevista. Entende-se que, nesse tipo de pesquisa, o entrevistador detenha um conhecimento consolidado sobre o assunto que irá abordar ao entrevistado.

Na presente pesquisa, foram desenvolvidas duas entrevistas: uma com fotógrafa profissional e outra com uma pessoa fotografada. Contudo, as perguntas foram personalizadas para cada participante, com o intuito de extrair informações relevantes para o tema.

As entrevistas foram realizadas por videochamadas e gravadas, para posterior transcrição. Os nomes das participantes será preservado e, a partir deste ponto, serão identificadas como Participante 01 (pessoa fotografada) e Participante 02 (fotógrafa).

A entrevista com a Participante 01 foi realizada às quatorze horas do dia dezesseis de junho de dois mil e vinte e um, referente a uma aluna egressa do Curso de Técnico de Produção de Moda do IFSC *campus* Araranguá, que obteve uma experiência engrandecedora através da moda e da fotografia, auxiliando-a no processo de autoconhecimento e autoestima. Tal atividade foi proposta por uma professora do curso, na disciplina de *Styling* e Produção de Moda I. Como pode se observar, no Quadro 01, as perguntas foram elaboradas para entender como foi esse processo de autoestima, e a sua relação com a moda e a fotografia.

**Quadro 1:** Perguntas referentes à entrevista da participante 01

Número	Pergunta
1	Qual sua ligação com a Fotografia e a importância dela em sua vida?
2	Qual sua relação com a Moda e a importância dela em sua vida?
3	Como você se sentiu participando da vivência fotográfica no curso de produção de moda?
4	O que mudou para você depois dessa experiência?
5	Você acha que uma vivência fotográfica pode auxiliar no aumento da autoestima feminina?
6	Em termos de moda, o que mais contribuiu para que o resultado fosse satisfatório?
7	O que você levou de aprendizado dessa vivência fotográfica?

8	Sabemos que você se tornou mãe, como você se sente após a maternidade? Há uma diferença na autoestima?
9	O que você acha que mais compromete a autoestima das mulheres?
10	Em palavras, como você descreve aquela vivência fotográfica?
11	Você gostaria de participar de uma nova vivência fotográfica?

**Fonte:** Autora (2021).

Após a aplicação da entrevista, que durou cerca de uma hora, foi realizada a transcrição dos dados obtidos, para futura análise.

A segunda entrevista, aconteceu às dezoito horas do dia quatorze de junho de dois mil e vinte e um, com a Participante 02, uma fotógrafa da cidade de Araranguá, que tem como foco principal ensaios fotográficos femininos, com uma identidade consolidada em relação ao resgate da autoestima através da fotografia. As perguntas apresentadas no Quadro 02, foram elaboradas com o intuito de conhecer a sua forma de trabalho bem como suas motivações profissionais.

**Quadro 1:** Perguntas referentes à entrevista da participante 02

Número	Pergunta
1	Há quantos anos trabalha com fotografia?
2	Como surgiu o projeto Sentir? E como ele funciona?
3	Já sentiu baixa autoestima? E o que afetou em sua vida?
4	Por qual motivo você acha que as mulheres procuram ensaios fotográficos?
5	Qual a maior dificuldade de fotografar mulheres, quando você percebe baixa autoestima, vergonha, timidez e insatisfação corporal por parte da fotografada?
6	Qual foi sua maior experiência fotografando mulheres? Qual a história mais marcante?
7	Como são os <i>feedbacks</i> que recebe das vivências fotográficas que realiza?
8	Como a fotografia pode auxiliar no aumento da autoestima dessas mulheres?
9	Como é feita a produção de Moda de seus ensaios?
10	Quais são os aprendizados que você leva dessas vivências?
11	Qual a mensagem que você deixaria para essas mulheres que sentem autoestima baixa?

**Fonte:** Autora (2021).

Após o término da referida entrevista, que durou cerca de uma hora, foram feitas as transcrições para melhor compreender a análise dos dados, estes que resultaram na identificação dos elementos norteadores para uma vivência fotográfica aplicada.

### **3.2. O entrecruzamento dos dados das entrevistas e identificação dos seis elementos norteadores**

A análise dos dados foi feita a partir da leitura das entrevistas transcritas, com o objetivo de



observar os pontos em comum entre as duas partes narradas. Sob o olhar compreensivo, foram consideradas todas as informações e todos os pontos abordados, inclusive as falas que “fugiam” do assunto, uma vez que a metodologia compreensiva traz consigo essa característica. As falas dispersas também trazem dados relevantes e o pesquisador deve estar atento para isso.

A partir desta análise, foram identificados seis elementos norteadores, com intenção de auxiliar a realização de uma vivência fotográfica aplicada. Os elementos foram elencados na ordem seguida para um resultado satisfatório de compreensão. São eles: conexão, empatia, maternidade, *styling*, linguagem fotográfica e reconexão. O caráter compreensivo traz a ideia de que o indivíduo pode se aprofundar no vivido do outro. Neste viés, o ponto de partida é entender as ações e motivações do objeto de estudo em sua totalidade. Com isso, o pesquisador faz parte do contexto, pois tem o poder de interpretação, observação e compreensão dos fatos (CIDREIRA, 2014).

### **3.2.1. Elemento 01: Conexão**

A “conexão”, é o primeiro contato, a criação de um vínculo. Wheeler (2012) fala a respeito da conexão emocional com o cliente, realizada a partir do contato entre eles, cujo vínculo estabelecido possibilita experiências satisfatórias com afetividade e envolvimento.

Nas falas da Participante 01, foi possível identificar o momento em que esse vínculo foi estabelecido. A citação a seguir demonstra a sensibilidade por parte da professora, cujas palavras proferidas incentivaram sua participação no trabalho fotográfico proposto, na disciplina de *Styling* e Produção de Moda I:

Comecei a fazer o curso ali e a professora Anamélia pediu para eu fazer uns trabalhos de produção de moda [...] eu até me escondia, eu fazia o trabalho tudo escondido para ninguém me ver fotografando. Daí foi indo assim ela começou a me conquistar, me conquistar, me conquistar. Então a partir dali ela me ajudou, me produziu, eu comecei a fazer as fotos e ali eu me gostei porque eu me senti capaz, porque eu sou uma mulher que posso ir além do que eu sou.

Pelas lentes da participante 01, fica eminente a importância que tiveram a conquista, o diálogo e o incentivo por parte da professora. Esta é a parte identificada como o elemento conexão. A professora, que guiava a atividade, percebeu a capacidade e o potencial da aluna, e a aluna captou, por meio das falas afetivas, que era muito capaz, transformando-se a partir daquela experiência.

A Participante 02 informou que sua maior dificuldade como fotógrafa é o primeiro contato com suas clientes, pois a maioria delas chegam com diversos bloqueios que precisam ser quebrados, muitos ligados à autoestima. Nas palavras da Participante 02: “A minha maior dificuldade é geralmente o primeiro contato, é ter o acesso”.

Com isso, nota-se que a conexão é de extrema importância para a realização de uma vivência fotográfica. Conhecer, conversar e estabelecer um vínculo com o participante, para que seja uma experiência afetiva e marcante para ambos. Esse elemento pode ser realizado com uma simples conversa, visando a entender e compreender as inquietações do participante. É criar esse espaço, esse acesso emocional que incentiva e transforma.

### **3.2.2. Elemento 02: Empatia**

Segundo Stein (GRZIBOWSKI E BARREA, 2015), antropóloga e socióloga, seguidora de Edmund Husserl, com base nos preceitos conceituais da fenomenologia, entende-se que a empatia só pode ser sentida na totalidade do ser. Ou seja, a capacidade de conhecer e compreender o

outro, obtendo uma relação entre o "eu e o outro". Assim, a empatia tem a finalidade de compreender a dor e se colocar no lugar do outro indivíduo. Sendo a capacidade de sentir e vivenciar o que o outro está passando, como se estivesse vivendo aquilo com ele.

Entendendo conceitualmente o elemento 02 identificado como "empatia", pode-se perceber, nas narrativas transcritas, o relato da Participante 01 ao manifestar como foi importante a atenção recebida durante o curso por docentes, auxiliando tanto no ensaio fotográfico, como também na vida pessoal até nos dias atuais. Desta forma, essa atenção mencionada acima envolve um olhar empático que possibilita sentir, agir e transformar em prol do outro. Isso pode ser observado na própria narrativa da Participante 01:

E mudou muito com o curso que eu fiz ali com os professores ali conversando comigo e me dando atenção que eu precisava sabe, porque eu não me sentia uma mulher bonita nunca me senti e dali para frente nossa mudou totalmente a minha vida, hoje eu não sinto mais vergonha de mim. É isso que tive nessa experiência.

Corroborando com a fala anterior, a participante 02 mostrou a relevância em entender a dor de cada indivíduo, porque a dor dele pode ser diferente do outro, sendo fundamental estar atento a essas emoções. Pode ser observado com ênfase na narrativa da segunda participante ao afirmar que "cada uma tem suas questões, né? [...] Resolver uma dor da minha cliente, eu sei que uma das dores delas é não se gostarem em foto".

Ambas apresentaram a importância da empatia em suas narrativas, uma como observadora e tendo um olhar empático, outra sendo observada e recebendo empatia, gerando aproximação e afetividade nas vivências fotográficas. Ao sentir as necessidades e dores do outro é possível agir de modo transformador, nos aspectos mais internos e profundos do ser, tal como refere Stein, ao mencionar que o processo de empatia acontece na alma dos indivíduos (GRZIBOWSKI E BARREA, 2015).

### **3.2.3. Elemento 03: Maternidade**

Curiosamente, o tema maternidade surgiu nas duas entrevistas, sob aspectos diferentes. Segundo Lourenço (2013), a mulher ao se tornar mãe passa por uma grande mudança. A maternidade traz consigo várias transformações e novas experiências. Traz uma fase de conexão entre mãe e filho, cheia de adaptações, desafios e tarefas desafiadoras. Esse momento, muitas vezes, pode afetar a saúde mental da mãe, trazendo dúvida, ansiedade e baixa autoestima.

Neste momento, várias alterações acontecem, tanto físicas como mentais, devido a essa transição de vida, causando uma grande vulnerabilidade psicológica à mulher. Durante as entrevistas foi identificado como terceiro elemento, a "maternidade".

A Participante 01 se tornou mãe recentemente e relatou, durante a entrevista, como está sendo esse momento. Segundo ela, como são experiências nunca vividas, surgem várias dúvidas sobre esse período e afirma "parece que não estou fazendo um bom serviço. Eu me sinto uma boa mãe, mas às vezes eu me sinto ruim sabe [...] o que eu sinto neste momento como mãe é só solidão só isso." Mas ao final das inquietações, ela finaliza falando do amor que sente pelo seu filho, "hoje ele é tudo na minha vida, é a minha razão de viver."

Durante a entrevista, a Participante 02 mencionou um projeto fotográfico, para mulheres que se tornaram mães recentemente, o projeto denominado "Nasce uma mãe" tem como principal intuito auxiliar as novas mães nos primeiros meses, ajudando no processo de autoconhecimento, autoaceitação e autoestima, deste momento único e desafiador. Nas palavras da Participante 02:

Até em maio agora teve uma, que ela entrou em desespero assim quando o bebê nasceu, ela tinha muito problema com a mãe dela e ela achava que o bebê não gostava dela. Aí nas fotos dá de ver ele olhando muito apaixonado para ela, mamando e olhando muito nos olhos dela assim. Ela me disse: "eu vi o quanto eu sou boa mãe e o quanto meu filho me ama, só pelas fotos pude perceber", porque na correria do dia a dia, ela não conseguia ver isso. Ela o viu querendo pegar o cabelo dela, olhando para ela, coisa que ela não percebia.

Nas narrativas, foi importante notar que a fotografia é uma ferramenta que possibilita a transformação de sentimentos e emoções, permitindo um novo olhar sobre si e sobre as coisas. De acordo com os autores Fiúza e Parente (2008), a fotografia tem a capacidade de expressar com intensidade determinado tema, proporcionando profunda imersão. O elemento "maternidade" servirá como tema e direcionamento para a realização da vivência aplicada, proposta por essa pesquisa.

#### **3.2.4. Elemento O4: *Styling***

A dinâmica da moda possibilita a expressão da forma visual. Por meio dela, é possível expor gostos, personalidade, individualidade, sentimentos de pertença, conexões grupais bem como a ligação com a sociedade (CIDREIRA, 2014). Nesta perspectiva, compreendemos a moda como manifestação de projeções pessoais.

É preciso levar em consideração que, além dos aspectos subjetivos, os aspectos práticos também são muito importantes para que uma vivência fotográfica aconteça satisfatoriamente. Por essa razão, o elemento de "*styling*" foi identificado como o quarto elemento norteador. O *styling*, que é responsável pela produção de moda e beleza, escolha de *looks*, maquiagem, cabelo e cenário. (MCASSEY, BUCKLEY 2013).

A Participante 01 descreveu sobre a experiência que teve no que tange à produção de moda. Afirmou estar envolvida e se surpreendeu ao se ver maquiada, ao relatar que "hoje eu me sinto uma mulher feliz comigo mesmo, foi isso que a fotografia e a produção fizeram eu me sentir" e ressalta também sobre a experiência de ser maquiada pela professora "sim, ela me transformando eu gostei, sabe [...] eu me senti muito bem quando ela me maquiou."

Corroborando com a importância do *Styling* e produção de moda, a Participante 02 descreve a importância da produção em um ensaio e o poder que a roupa tem de mudar todo o contexto da foto. Por isso, ela tem que ser pensada e alinhada para um resultado satisfatório, levando em consideração o gosto, o estilo e a personalidade do fotografado. Reiterando, a Participante 02 disserta que,

a roupa, ela modifica todo o contexto de um ensaio, é muito importante também saber o que tu deseja passar, por isso que a minha conversa anterior com a cliente é muito importante, porque ali eu vou entender se ela quer ser mais romântica mais livre ou mais *sexy* e assim a gente vai decidindo os *looks*.

A maquiagem auxilia na composição do resultado, e a experiência de se sentir melhor consigo mesma tem o poder de mudar a vida. Compartilhando uma experiência de sua cliente, a Participante 02 segue relatando que:

Uma cliente que tinha uma paralisia facial no rosto e demorou muito para aceitar. Ela me chamou para fazer umas fotos, fizemos o ensaio no apartamento dela. Ela fez uma *make* top e estava se sentindo linda. Era dia de semana, e ela assim "eu vou aproveitar essa *make* e vou sair hoje", chamou umas amigas e saiu. Ela conheceu o marido dela nesse dia.

Como se pode perceber pelas narrativas das participantes, o elemento de *styling* é muito relevante para a realização da vivência fotográfica, pois o momento em que a vivência se inicia, a produção está completa. Também por elevar a autoestima ao se ver de modo diferente, se sentindo empoderada e feliz.

### 3.2.5. Elemento O5: Linguagem Fotográfica

O ato de fotografar tem o poder de capturar experiências através da imagem, trazendo a possibilidade de colecionar o mundo através da memória. A fotografia tem o poder de revelar uma versão do indivíduo que ele mesmo não enxerga, mostrando suas feições e emoções do momento vivido (SONTAG, 2004). Partindo disso, o quinto elemento é a "linguagem fotográfica" e equivale aos modos e as técnicas fotográficas.

Segundo Guran (2012), a fotografia é a ampliação da nossa habilidade de visão, pois possui a capacidade de expor a realidade através da imagem. A linguagem fotográfica se trata de técnicas para origem de cada foto, tais como a luz, sombra, enquadramento, foco, cores, ângulos, a escolha do momento, entre outros. São esses elementos que dão origem a cada fotografia.

Durante a entrevista para coleta de dados, foi percebido que as duas participantes falaram a respeito de técnicas fotográficas. A Participante 01 relatou que durante o curso aprendeu sobre técnicas fotográficas e passou a entender que uma foto não é apenas um *click*, afirmando que:

Hoje eu entendi que a foto, uma fotografia na moda, tem um jeito também. Tem sombra, tem luz, tem tudo isso, tem que ter um preparo certinho para fazer as fotos. Foi assim que eu comecei a analisar melhor este aspecto.

Já a Participante 02 descreve a respeito dos modos fotográficos, sobre uma fotografia bem produzida e conduzida, falando a respeito dos problemas que uma fotografia mal conduzida pode gerar. Quando a participante expõe sobre esses modos, está se referindo a respeito de ângulos, luz, estilos fotográficos e edições fotográficas. E conclui ao dizer:

A gente se cobra demais e é esse resgate que eu tento buscar de não se comparar. Encontrar a própria beleza que todos temos. Tudo é uma questão de ângulo, luz e cor, se tal coisa incomoda, não vou focar naquilo ali, eu vou mostrar todos os ângulos que te favorecem.

Podemos observar em sua fala, como a fotografia pode auxiliar, mas também pode gerar resultados negativos se não for bem observada de forma criteriosa, levando em conta todos os aspectos já acima citados. Visto que a fotografia tem a capacidade de trazer memórias consigo, sejam elas boas ou ruins.

Neste sentido, a Participante 02 menciona a importância de se ver através da fotografia, comentando sobre a pós produção fotográfica e o uso de editores de fotos e o respeito às formas corporais da participante,

é importante para mim que a mulher se olhe e se reconheça ali, tanto que eu não utilizo o *Photoshop* em nenhuma das fotos. Se tu pegares meu computador também não vai encontrar o Photoshop instalado. Eu uso *Lighroom*, altero luz, cor, mas eu não altero nenhuma forma corporal.

O equilíbrio do profissional fotográfico interfere na entrega final do resultado. É o momento em que reverbera a intenção do criador, é a pós-produção. Segundo Boone (2011), é ela que permite a realização de imagens, fictícias ou não, que podem trazer ou ressaltar novas realidades.

### **3.2.6. Elemento O6: Reconexão**

Segundo Meneghetti (2012), é preciso entrar em relação com o seu próprio eu. É a forma em que o indivíduo retorna ao ponto de partida do seu conhecimento, de aceitação, de perceber que foi capaz de realizar, de se reconectar com seu amor próprio e interior. O autor entende que isso torna-se um desafio para os indivíduos, que somente se dão conta disso quando decidem realizar essa busca interior.

O sexto e último elemento é a "reconexão". É o sentimento alcançado pelo participante após a realização da vivência, é o sentimento pessoal. Assim, o intuito da vivência fotográfica é gerar bons sentimentos e boas memórias, podendo contribuir para uma grande transformação na vida de quem participa.

A Participante 01 relatou como recuperou a autoestima e se reconectou a partir da experiência que teve com a fotografia e a moda no curso. "Eu comecei a fazer as fotos e ali eu gostei porque eu me senti capaz, porque eu sou uma mulher que posso ir além do que eu sou. Hoje eu me sinto outra pessoa".

É possível identificar, em sua narrativa, que a fotografia e a moda contribuíram para esse reencontro. A Participante 01 conseguiu se conectar novamente, olhar para si, admirar-se e se considerar capaz. Isso é a reconexão! É conseguir restabelecer essa conexão. Complementando, a Participante 02 declarou que obteve muitos *feedbacks* positivos de seus clientes após o ensaio fotográfico. Teve um retorno que recebeu de sua cliente que sofria com a autoestima baixa, após ter uma paralisia facial, "eu comecei a me amar mais, comecei a ver que eu era bonita independente do rosto paralisado".

Relatou também a história de uma cliente que sofria de depressão e autoestima baixa e, após uma sessão de fotos, mudou sua forma de se olhar, restaurando sua autoconfiança e bem-estar. Nas palavras da participante, "a gente fez um ensaio e mudou a forma dela se ver, ela parou até com o remédio".

Esse elemento de reconexão traz essa ação de se reconectar, de voltar a acreditar em si, de voltar a se amar. É uma combinação de todos os elementos anteriores que tem como principal intuito a satisfação, o acolhimento, o afeto e a transformação. Para concluir, reforça-se que a sociologia compreensiva procura alcançar motivações profundas, cuja transversalidade a faz tão particular (CIDREIRA, 2014).

### **3.3. Realização da vivência fotográfica aplicada orientada pelos seis elementos norteadores**

Após a coleta de dados e análise dos resultados, foram desenvolvidos os elementos com o intuito de direcionar a vivência fotográfica.

A vivência foi realizada no dia dezenove de julho de dois mil e vinte e um no período vespertino iniciando às quatorze horas. Para a realização da vivência, foi desenvolvido um roteiro de produção com base nos elementos acima supracitados no item 3.2. Além dos elementos, o roteiro continha referências de poses, cenários e produção. A modelo foi a Participante 01 Edineia (entrevistada anteriormente) e seu filho de oito meses de idade, chamado Levi. O tema da vivência foi maternidade.

O elemento conexão foi realizado através de conversas entre a pesquisadora e a participante com o intuito de conhecê-la e deixá-la o mais confortável possível durante a vivência. Algumas conversas foram realizadas antes do dia das fotos, possibilitando maior envolvimento entre as partes participantes e simultaneamente nesse momento, foi trabalhado o segundo elemento que é a empatia. Nas conversas, com o sentimento empático, foi possível compreender

dores e inseguranças, anseios e expectativas por parte da participante para a vivência.

O terceiro elemento é o tema da vivência fotográfica, a maternidade. Através das fotos, buscou-se mostrar a sinergia e a ligação de um filho com sua mãe, repassando uma mensagem de acolhimento e ternura. Visto que para a participante, seu filho é seu bem maior, por isso a escolha desse tema.

O elemento *styling* foi idealizado com base no tema da maternidade. Com a finalidade de organizar utilizou-se de painéis criativos como também roteiros dessas atividades, facilitando a realização das mesmas. Para a parte técnica de produção de moda, foi desenvolvido uma lista onde estava marcado o que foi levado e utilizado para a realização da vivência, como roupas e objetos, para melhor organização. A produção de moda se iniciou a partir de algumas pesquisas de ideias para os looks da vivência fotográfica de ambos participantes, que tivesse a ver com o tema, local e cenário.

Essas pesquisas levaram a primeira ideia, trabalhar com peças "mãe e filho". Assim, foram adquiridas duas jaquetas *jeans* nos tamanhos adequados, com o intuito de personalizá-las, sendo uma para a mãe e a outra para o filho. Para arte das jaquetas, foram pesquisadas inspirações de desenhos e frases. Assim, foram pintados pássaros em ambas jaquetas e a frase que se completa, traz a potência dessa ligação: "Onde estiver, estarei contigo". As imagens das pinturas manuais se conectam e se completam. As pinturas foram feitas por uma artista da cidade de Araranguá, a arte da mãe foi inspirada na sutileza do amor materno, com pássaros e flores e a arte do filho, é a representação do lúdico em completa sintonia com a silhueta do pequeno príncipe. O conceito da composição visual foi enaltecer a ternura e a leveza com o vestido longo e fluido, de modelagem romântica, que foi costurado especialmente para o momento, em combinação com o despojamento das jaquetas *jeans* ilustradas manualmente. A cor azul das vestes representa a calma e serenidade que fluem dessa relação. O tênis representa o conforto e praticidade necessários para esse momento tão importante da vida. Ambos, mãe e filho, foram presenteados com o *look* completo da vivência. Pode-se observar na figura 01, o resultado do elemento *styling* no dia da vivência.

**Figura 1:** Looks das vivências



**Fonte:** Autora (2021)

A maquiagem e o cabelo da participante foram pensados com o propósito de ser algo natural, somente para realçar sua própria beleza, foram feitos painéis de inspirações com compilados de imagens de acordo com essa ideia. Foi preciso extremo cuidado para que a participante se sentisse bem com a produção para que ao ver as fotos futuramente se reconhecesse e se identificasse. A princípio, a participante mostrou interesse em prendê-lo, mas ao ver a beleza de seus longos cachos concordou em deixá-los soltos, valorizando ainda mais a produção.

Devido a pandemia da *Covid-19*, as fotos foram realizadas em lugar aberto para evitar contágio e todos os cuidados foram devidamente tomados. O local escolhido foi uma praçinha,

sugerido pela participante pela facilidade de estar perto de casa.

Durante a organização deste elemento, foi tudo pensado da melhor forma para que os participantes ficassem à vontade, para que realmente se tornasse uma vivência agradável. Foram respeitadas as condições da participante e do bebê, tais como momentos para amamentação e o horário de sono, sendo um momento rápido e não cansativo para ambos. A vivência finalizou às dezesseis horas.

O quinto elemento é a linguagem fotográfica, esse elemento é a parte técnica realizada pela fotógrafa, com o intuito de fazer uma combinação de técnica e que resultam na fotografia final. Após a produção fotográfica, as fotos passaram por um processo de edição de imagem, com a intenção apenas de alterações nas cores. Tudo foi preparado com antecedência. Uma assistente participou auxiliando nas filmagens de *making off*, coletando os melhores momentos paralelamente enquanto as fotos aconteciam. Para finalizar, foi realizado um vídeo de *making off* com o intuito de enfatizar a importância do momento vivido e permitir que ele seja lembrado por meio das fotos e do vídeo.

Após o resultado das fotografias, encerrando com o último elemento, a reconexão. As fotos foram entregues à participante, de modo virtual, no dia vinte e seis de julho. A reconexão aparece fortemente nas falas da participante após o recebimento das fotos. Segundo a Participante 01 Edineia:

Eu adorei tudo. A maquiagem ficou perfeita, eu estava precisando de algo assim, naquele momento me senti muito especial. Eu esperava que a sessão de fotos ia ser muito boa, mas foi mais que isso, foi um momento mágico ao lado do meu pequeno Levi. Me senti super à vontade com a vivência fotográfica. Amei as jaquetas, a personalização fala exatamente o que a gente vive, estamos sempre juntos eu e o pequeno. As fotos ficaram lindas, foi uma tarde muito especial e quando o pequeno entender contarei pra ele sobre esse momento e mostrarei as fotos e as jaquetas.

Nas falas finais da participante Edineia, foi possível observar a importância do momento vivido ao relatar sua satisfação com um belo *feedback* de toda a vivência. Maffesoli (2010c) complementa "faça da sua vida uma obra de arte".

#### **4. Análise dos Resultados**

Sob um olhar compreensivo, a análise dos dados coletados pelas entrevistas resultou na identificação de seis elementos norteadores, possibilitando a realização de uma experiência afetiva que perpassa resultados unicamente pragmáticos e estáticos. Nessa capacidade de se render ao sutil, mesmo se tratando de um estudo acadêmico, de abarcar as entrelinhas, os sentimentos e emoções do cotidiano é que se constrói a verdadeira pesquisa social. Nas palavras de Maffesoli (2010b), esta é considerada a importância da "liberdade de olhar" do pesquisador.

Assim, no decorrer da vivência, foi possível analisar que os elementos conexão e empatia foram fundamentais, trazendo uma visão mais afetuosa e sensível, possibilitando a criação do vínculo entre a fotógrafa e a pessoa fotografada. Mesmo tendo uma ordem e um roteiro para ajudar a organização, foi tudo muito espontâneo. O tema maternidade foi o grande diferencial, por meio dele foi possível ultrapassar as barreiras do comum, pela potência do amor materno, tornando todo o processo muito significativo.

Dando ênfase ao elemento *styling*, percebeu-se o quanto a moda pode funcionar como um elo entre o desejo de algo e a sua materialização. Edineia pensava que nunca viveria um momento

assim com seu filho, eternizado por fotos e por roupas afetivas. No momento da entrega das jaquetas, a participante manifestou grande satisfação em recebê-las ao afirmar “eu amei a jaqueta, tanto para mim quanto para ele, e essa jaqueta nunca vou dar para ninguém, vai sempre ser minha. Quando ele crescer vou mostrar para ele e contar sobre essa experiência”. Essa narrativa mostra como a moda pode ser acolhedora e abarcar aspectos sensíveis do ser. Na figura 02, é possível acompanhar o resultado da vivência.

**Figura 02:** Resultado da vivência fotográfica



**Fonte:** Autora (2021)

Através de uma experiência estética e visual, a fotografia se torna única e memorável, ressaltando os detalhes da melhor versão do indivíduo, por meio de uma escolha de ângulos, explorando o que há de melhor nele, utilizando-se de técnicas fotográficas, estudo de luz e sombra e edições com o intuito de não perder a essência do momento vivido.

Ambas participantes mostraram em suas falas que a fotografia não é apenas um *click*, é muito mais que isso, é um estudo de técnicas, modos e uma pós-produção que resultam em uma imagem com emoções e memórias para o resto da vida. Diante desse entendimento, o intuito da vivência fotográfica é gerar sentimentos bons aos participantes e auxiliar em momentos desafiadores, principalmente para mulheres, no reencontro consigo mesma por meio da recuperação da autoestima e pelo arquivamento de boas lembranças e memórias, possibilitando uma grande transformação e reconexão interna.

## 5. Conclusão

Esta pesquisa teve por objetivo principal compreender como a moda afetiva, por meio da fotografia, pode auxiliar a autoestima feminina. Foi importante compreender teoricamente a moda compreensiva, bem como a importância da fotografia e seu uso como ferramenta de transformação pessoal, sempre sob à luz da sociologia compreensiva.

O trajeto metodológico iniciou-se com uma explanação sobre a abordagem sociológico-compreensiva e seguiu para a coleta de dados por meio de entrevistas semiestruturadas, com uma fotógrafa e uma pessoa fotografada, buscando identificar elementos norteadores para a vivência fotográfica em plano. Foram identificados seis elementos, sendo eles: conexão, empatia, maternidade, *styling*, linguagem fotográfica e reconexão, servindo como diretrizes para a vivência.

A vivência fotográfica foi realizada com a Participante 01 Edineia e seu filho, cujo tema trabalhado foi maternidade. Foi uma experiência profunda e gratificante no que diz respeito às questões emocionais, sendo muito significativa para todos. Na parte prática da vivência, foi um momento tranquilo e calmo.

Através da moda afetiva, buscou-se, por meio dos *looks* utilizados durante a vivência, representar a conexão complexa e incondicional entre mãe e filho. Foram desenvolvidas jaquetas *jeans* personalizadas, com pinturas que expressassem esta sinergia entre os mesmos, mostrando, através das ilustrações, uma mensagem de acolhimento e ternura. Os participantes foram



presenteados com *looks*, com o propósito de servir de lembranças do momento vivido.

Um dos maiores desafios para a realização deste artigo foi o curto prazo. Visto que a pesquisa incluiu várias partes práticas, como a realização das entrevistas, a montagem e realização da vivência fotográfica, incluindo a personalização das jaquetas, costuras dos *looks*, edições de fotografias e vídeos, além de toda a construção acadêmica. Entretanto, a realização deste trabalho gerou o melhor sentimento de todos, a gratidão por toda a experiência vivida. Tal como afirma Maffesoli (2010b, p.10), “é esta sociologia do lado de dentro” que, com esse olhar compreensivo, busca o conhecimento “através de uma visão interna”, capaz de transformar tanto o pesquisador quanto o pesquisado.

Assim, foi possível perceber que a reconexão de mulheres, após uma vivência fotográfica, acontece e favorece a autoestima, desde que seja uma experiência baseada no acolhimento e na empatia. A moda afetiva participa com peças que possuem um valor simbólico, trazendo a materialidade visual, capaz de empoderar e gerar identificação.

## Referências

- BENJAMIN, Walter. **Pequena história da fotografia**. In: Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura. – 1. ed. - São Paulo: Brasiliense, 2012. v.1.
- BOONE, Silvana. **Considerações sobre fotografia, arte e tecnologias digitais**. In: III Encontro Nacional de Estudos da Imagem, 2011, Londrina. Anais eletrônicos... Londrina: UEL, 2011. Disponível em: <http://www.uel.br/eventos/eneimagem/anais2011/trabalhos/pdf/Silvana%20Boone.pdf> Acesso em: 1 Jun. 2021.
- CIDREIRA, Renata P. **A moda numa perspectiva compreensiva**. Bahia: UFRB, 2014.
- COUTINHO, Marina; KAULING, Graziela. **Fast Fashion e Slow Fashion: o paradoxo e a transição**. *Memorare, Tubarão*, v. 7, n. 3, p.83-99. 2020. Disponível em: [http://www.portaldeperiodicos.unisul.br/index.php/memorare\\_grupep/article/view/10211/5495](http://www.portaldeperiodicos.unisul.br/index.php/memorare_grupep/article/view/10211/5495) Acesso em: 1 Jun. 2021.
- DORON, Roland e PAROT, Façoise. (org.). **Dicionário de Psicologia**. Tradução de Odilon Soares Leme. São Paulo: Ática, 2006.
- FIÚZA, Beatriz Cunha; PARENTE, Cristiana. O conceito de ensaio fotográfico, *Revistas UEL*, 2008. Disponível em: <http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/discursosfotograficos/article/view/1511> Acesso em: 18 Jul. 2021.
- FLORIANI, Flavia; MARCANTE, Márgara; BRAGGIO, Laércio. **Autoestima e autoimagem: a relação com a estética**. 2014. Dissertação (Curso de Cosmetologia e Estética) – UNIVALE, Balneário Camboriú, 2014. Disponível em: <http://siaibib01.univali.br/pdf/Flavia%20Monique%20Floriani,%20M%C3%A1rgara%20Dayana%20da%20Silva%20Marcante.pdf> Acesso em: 3 Jun. 2021.
- GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- GODART, Frédéric. **Sociologia da moda**. São Paulo: SENAC-SP, 2010.
- GRZIBOWSKI, Silvestre; BAREA, Rudimar. Empatia e Ética na fenomenologia de Edith Stein. **Revista Ágora Filosófica**, v. 1, n. 2, p. 34-46, 2016 Disponível em <http://www.unicap.br/ojs/index.php/agora/article/view/714/567> Acesso em: 18 Jul. 2021.

- GURAN, Milton. **Linguagem fotográfica e informação**. 3. ed. Rio de Janeiro: Gama Filho, 2002.
- KAULING, Graziela Brunhari. **Uma reflexão sobre moda e imaginário: mocinha ou vilã?**. Revista Memorare, v. 7, n. 3, p. 28-38, 2020. Disponível em: [http://portaldeperiodicos.unisul.br/index.php/memorare\\_grupep/article/view/10207/5499](http://portaldeperiodicos.unisul.br/index.php/memorare_grupep/article/view/10207/5499) 1 Jul. 2021.
- KOSSOY, Boris. **Fotografia & história**. São Paulo: Editorial Ateliê, 2001.
- LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Cia das Letras, 2009.
- LOURENÇO, Isabel. Acompanhar a Maternidade de forma holística: efeitos sobre a Autoestima Materna e a Vinculação Mãe-Bebê. Universidade de Évora, 2013. Tese de Mestrado. Disponível em: <http://dspace.uevora.pt/rdpc/handle/10174/11171> Acesso em: 20 Jul. 2021.
- MAFFESOLI, Michel. **No fundo das aparências**. 4. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2010a.
- \_\_\_\_\_. **O conhecimento comum: introdução à sociologia compreensiva**. Porto Alegre: Sulina, 2010b.
- \_\_\_\_\_. **O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa**. 4. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2010c.
- MAY, Tim. **Pesquisa social: questões, métodos e processos**. Porto Alegre: Artmed, 2004.
- MCASSEY, Jacqueline; BUCLEY, Clare. **Styling de moda**. São Paulo: Ed. Bookman, 2013.
- MENEGHETTI, Antonio. Dicionário de Ontopsicologia. 2. ed. rev. e atual. Recanto Maestro: Ontopsicológica Editora Universitária, 2012.
- NOGUEIRA, Letícia de Sá. **Fotografia de moda: linguagem e produção de sentido**. CES Revista, v. 26, n. 1, Juiz de Fora, jan./dez. 2012. p. 97-108
- PESCADOR, Lilian Daros. **A mise-en-scène no cinema dos anos 60 e sua relação com a vitrine e o ensaio fotográfico de moda**. 2015. 107 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Mestrado em Ciências da Linguagem, Universidade do Sul de Santa Catarina, Tubarão, 2015. Disponível em: <https://www.riuni.unisul.br/handle/12345/506>. Acesso em: 17 jul. 2021.
- RIELLO, Giorgio. **História da moda: Da Idade Média aos nossos dias**. Tradução de Carlos Aboim de Brito. Lisboa: Edições Texto & Grafia, 2012.
- SILVEIRA, Laiana Pereira da. **Moda e Memória: a importância da vestimenta para a construção de memórias afetivas**. Anchiote: Revista eletrônica de moda, Belo Horizonte, v. 1, n. 6, p. 90- 101, set. 2018. Disponível em: <http://www.fumec.br/revistas/anchiote/article/view/6560/3176>. Acesso em: 20 Jul. 2021
- SONTAG, Susan. **Sobre Fotografia**. São Paulo: Companhia das letras, 2004.
- STALLYBRASS, Peter. **O casaco de Marx: roupas, memória, dor**. 4ª ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2012.
- STEFANI, Patricia. **Moda e comunicação: a indumentária como forma de expressão** [manuscrito]. Monografia (Graduação) – Universidade Federal de Juiz de Fora, Faculdade de Comunicação, 2005. Disponível em: <https://www.ufjf.br/facom/files/2013/04/PSilva.pdf> Acesso em: 1 Jun. 2021.
- WHEELER, Alina. **Design de identidade de marca**. Porto Alegre: Bookman, 2012.
- WOLF, Naomi. **O mito da beleza: como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres**. 2ª ed. - Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 2018