



Associação Propagadora Esdeva

Centro de Ensino Superior de Juiz de Fora – CES/JF

Curso de Tecnologia em Design de Moda

Trabalho de Conclusão de Projeto de Extensão – Artigo

PASSARELA DE ESTILO:

Do culto ao corpo e a mente à profissão de modelo

*JENSEN, Anna Victoria Salazar*¹

Centro de Ensino Superior de Juiz de Fora, Juiz de Fora, MG

*BARRETO, Ana Luisa*²

Centro de Ensino Superior de Juiz de Fora, Juiz de Fora, MG

*COSTA, Juliana Andrade*³

Centro de Ensino Superior de Juiz de Fora, Juiz de Fora, MG

*GOMES, Marina Hermenegildo*⁴

Centro de Ensino Superior de Juiz de Fora, Juiz de Fora, MG

*BALLESTEROS, Fabiana Alvim*⁵

Centro de Ensino Superior de Juiz de Fora, Juiz de Fora, MG

Linha de Pesquisa: Roupas Memória

RESUMO

Este artigo vem propor uma nova discussão sobre a autoestima promovida pelo curso de Design de Moda CESJF, com o intuito de trazer outro olhar para Moda além do contexto de espetáculo sobre a passarela, mas, também pelo poder de sua comunicação, junto a outros órgãos, para dar suporte a um projeto social que visa a imagem do ser. Abordaremos também, um olhar sobre o estilo pessoal e cultural do indivíduo contemporâneo correlacionando-o a antigas regras do vestuário, na busca do autoconhecimento, apoiado pelas ferramentas da identificação do estilo próprio e as inter-relações sociais, por meio do projeto de extensão a ser explorado de forma interdisciplinar, intitulado: **Passarela de Estilo: Do culto ao corpo e mente à profissão de modelo**. Discorreremos sobre a introdução da etiqueta social na atualidade, bem como as regras para se tornar um modelo de sucesso. Este projeto

¹ Discente do Curso de Tecnologia em Design de Moda do Centro de Ensino Superior de Juiz de Fora – CES/JF. E-mail: vickjensen22@hotmail.com

² Discente do Curso de Tecnologia em Design de Moda do Centro de Ensino Superior de Juiz de Fora – CES/JF. E-mail: analuisabbarra@gmail.com

³ Discente do Curso de Tecnologia em Design de Moda do Centro de Ensino Superior de Juiz de Fora – CES/JF. E-mail: julianacosta1973@gmail.com

⁴ Discente do Curso de Tecnologia em Design de Moda do Centro de Ensino Superior de Juiz de Fora – CES/JF. E-mail: marinahergo@gmail.com

⁵ Docente do Curso de Tecnologia em Design de Moda do Centro de Ensino Superior de Juiz de Fora – CES/JF. Coordenadora do projeto. E-mail: fabianaballesteros@cesjf.br

tem como propósito apresentar e dar continuidade ao estudo entre estas relações através da linguagem da Moda, procurando correlacionar estilo, cultura e elegância em busca da autoestima. As aulas foram realizadas pelos integrantes do Projeto de Extensão **Passarela de Estilo**, apoiado pelo Centro de Ensino Superior de Juiz de Fora – CES/JF, em parceria com a Secretaria de Desenvolvimento Social da Prefeitura de Juiz de Fora e Centro de Convivência do Adolescente – CCA.

Palavras-chave: Passarela. Design de moda. Autoestima. Etiqueta Social

1 INTRODUÇÃO

O Centro de Ensino Superior de Juiz de Fora CESJF visa um Programa de Extensão que abrange diferentes ações levando conhecimento e habilidades a pequenos grupos auxiliados também pelos programas de assistência social da Prefeitura de Juiz de Fora (Leia-se AMAC). A ideação do curso de Design de Moda CES apresentou etapas de treinamento através do projeto “Passarela de Estilo: Do culto ao corpo e a mente à profissão de modelo” a serem realizados inicialmente nas salas de aula do curso de Moda CES/JF e posteriormente junto a instituições assistidas pela AMAC envolvendo não só os jovens do projeto, mas, também seus familiares. Os encontros para o treinamento de estilo, cultura e elegância buscam promover e identificar uma estética individual ao comportamento gestual pessoal, incentivando as interações socioculturais.

Para apresentar o universo da moda sobre um olhar crítico da melhor imagem que o ser humano poderia ter de si mesmo abordaremos estudos sobre estilo, onde discorreremos a cerca de biótipos já pré-determinados, com dicas de códigos da roupa que permitem uma melhor aparência. Falaremos também sobre algumas regras da etiqueta que ensinam as boas maneiras por meio da etiqueta a mesa e, depois articularemos sobre a carreira de uma modelo de sucesso.

Todos estes elementos foram necessários para uma boa orientação ao grupo de jovens alunos assistidos pelo Centro de Convivência do Adolescente CCA, que para este projeto foi primordial enquanto a participação.

Foram pesquisados autores como Titta Aguiar com a obra **Personal stylist**: guia para consultores de imagem e Cristina Frange na obra **Styling e criação de imagem de moda** que abordarão a roupa como um código de estilo; Fábio Arruda,

apresentará as regras de etiqueta a mesa com a obra **Sempre, às vezes, nunca:** etiqueta e comportamento e Constanza Pascolato, dando dicas às aspirantes a modelo com a obra **Como ser uma modelo de sucesso, A_Z:** o que é e como vencer na mais desejada e sonhada das profissões. A construção da imagem também será abordada por Renata Miranda na obra **Você e sua imagem:** o impacto da expressividade na construção de sua marca. Gloria Kalil também será citada por meio do livro **Chic:** um guia básico de moda e estilo.

2 PASSARELA DE IMAGENS E ESTILO

A frase “primeiro a imagem e depois o produto”, de Cristina Frange (FAÇANHA; MESQUITA; FRANGE, 2010, p. 24), nos levou a observar um importante lugar onde se habita a valorização da nossa imagem pessoal para o “universo” em que vivemos e ao qual desejamos pertencer na atualidade, deste século XXI. Frange também ressalta que ao desenvolvermos algum tipo de projeto visual, tal e qual uma publicidade de uma marca de roupas, “criamos imagem seguida de imagem” e, as compramos pelo simples fato de desejar ser ou ter algo, do universo em questão desde que seja endossado por modelos e celebridades famosas.

A pesquisadora de moda doutora e mestre em semiótica Kathia Castilho divide conosco algumas curiosidades desta imagem contemporânea em um artigo desenvolvido para a mesma obra pela qual Frange participa, afirmando que mudanças bastante significativas aconteceram no cenário da moda ainda no século XX, por meio da ampliação do espaço das mídias que por sua vez influenciaram fortemente no “sistema de valores sociais que reorientam o comportamento e as relações humanas,” seja nos espaços urbanos, seja na exteriorização do sujeito. Este novo ser, inebriado pelos encantos da moda, quer transforma-se e também consumir a “nova” imagem resinificada pelo tempo, “reorganizando a imagem do corpo da e na moda.” Castilho também ressalta esta nova função da imagem do corpo por meio de uma “visibilidade publicitária” mais subjetiva, lúdica, tornando-se poderosa mídia no discurso da linguagem de moda promovendo constantes mudanças de comportamento e conseqüentemente da aparência e estilo. (FAÇANHA; MESQUITA; CASTILHO, 2010, p.89)

E Castilho complementa dizendo:

Essa necessidade manifesta-se na criação de novos espaços de visibilidade, de relação e de significação do sujeito. Isso significa que é possível pensarmos o corpo ou, mais precisamente, a imagem do corpo como mediadora e reivindicadora de novos espaços e modos de atuação, de inserção em novos padrões e valores que dialoguem com os antigos, mas também edifiquem outros novos. (Castilho, 2012, p.91)

Neste mesmo contexto, a jornalista e também consultora de estilo, autora de vários livros sobre o assunto em questão, Glória Kalil, exalta o poder da melhor imagem por meio da busca do próprio estilo indicando ferramentas simples para esta construção, como o uso do espelho denominado por ela como “exercício de realidade.” (2008, p.21). Kalil nos orienta a respeito da tridimensionalidade das formas do corpo as quais não nos damos conta desta importância enquanto nos arrumamos para um evento, por exemplo. O espelho seria um dos primeiros aliados na busca de um estilo próprio mais adequado, revelando características físicas e proporções igualmente reais do nosso corpo. Kalil estabeleceu linhas de ação perante regras básicas e simples para que entendêssemos o jogo das proporções depois de amoldar-se a seu tipo físico. Essas regras podem identificar o que você precisa alongar, encurtar ou esconder. Definem também partes a serem realçadas ou cobertas. Segundo a consultora de moda e estilo Titta Aguiar a qual complementa o pensamento sobre as ferramentas para se descobrir o estilo, usando a roupa e os acessórios como ferramenta de trabalho, identificando proporções a cerca do tipo físico. Experimentar roupas de diversas grifes para encontrar a modelagem perfeita é algo primordial em uma análise do tipo físico e, o consultor de imagem, profissional designado como *personal stylist*, precisa se atentar sobre isto (2004, p.83). Esta avaliação deverá ser feita através da identificação de silhuetas, que variam entre ampulheta, triangulo invertido, triangulo, retângulo e oval. As cores também são importantes ferramentas para esta discussão, se usadas adequadamente, visando gostos e preferências do cliente e que devem ser levados em consideração. Gloria Kalil conseguiu definir muito bem o jogo das proporções quando disse que “o curto deve alongar; o longo deve esticar para os lados; o estreito pede mais volume; o avantajado, precisa esconder-se.” (2008, p.33). Saber definir o jogo destas proporções é tão e quão importante como entender as regras básicas de etiqueta social para um bom comportamento a mesa, por exemplo, onde determinadas atitudes podem ser perigosas para quem esta começando sua vida social,

aprendizados para a vida toda, que seguem aumentando sua confiança e autoestima, unidas ao bom senso.

2.1 REGRAS DE BOAS MANEIRAS PARA SE PRODUZIR UMA MELHOR IMAGEM

Fábio Arruda, consultor de etiqueta, diz que para interagirmos positivamente em sociedade precisamos entender certos códigos de comportamento que só a etiqueta pode nos auxiliar. Regras que extrapolam as básicas como a dos cotovelos a mesa, precisam ser observadas com atenção. Arruda diz que etiqueta “são códigos de comportamento para que possamos interagir melhor em sociedade,” (2003, p.13) que nos orientam no aprimoramento dos relacionamentos de convivência.

Etiqueta; derivada do francês *estiquette*; literalmente *ticket* (tíquete) ou cartão. Iniciada na corte de Luis XIV, onde se estabeleceu um conjunto de regras, anotadas em um cartão que era utilizado para referência. Consistia basicamente em uma repetição de gestos, devido à pouca exposição a grupos diferentes. (ARRUDA, 2003, p.13)

Entre as dicas trazidas por Arruda, a expressão “Muito prazer em conhece-lo”; deve ser evitada, prefira “Como vai?”; “Tudo bem?”; e ao despedir-se diga: “Até breve’ ou “Até logo”. Quanto a importância em quem deve ser apresentado primeiro vale a idade e o sexo da pessoa, ou seja, “senhor para senhora, mais moço para o mais velho,” (2003, p.14) e assim por diante. Também é gentil levantar-se para uma pessoa com mais idade ou para uma gestante, lembrando que a mulher não levanta para cumprimentar, a não ser que seja por uma outra mulher ou homem que já viveram muito mais que você. Cuidado ao cumprimentar com contato físico estando sentado a mesa, neste caso o melhor a fazer é acenar-se com a cabeça. O hábito dos dois beijinhos é algo típico do Brasil, então não se assuste caso um americano, por exemplo, não lhe retribua (2003, p.21). Regras para um jantar formal também são muito bem vindas. Talheres à mesa é motivo de tensão, por isto, grave em sua memória que para dar início ao jantar comece a utiliza-los de fora para dentro do prato, ou seja, os que estão mais distantes do prato e atente-se com a sopa! Cuidados assim sempre nos livram de possíveis situações de risco. Seja muito criterioso em um momento como estes, onde o convívio social necessita que sua autoconfiança esteja inabalável e segura si.

2.2 A IMAGEM DA AUTOESTIMA

A publicitária e pós-graduada em Distúrbios da Comunicação Corporal e em Psicodrama pela PUC-SP Renata Miranda nos relata em sua obra **Você e sua imagem**: o impacto da expressividade na construção de sua marca, como a imagem pessoal pode trazer conflitos em sua vida quando não é devidamente modelada para o mundo ao qual nos reportamos. Segundo Miranda, “todos nós olhamos para os outros com os nossos olhos e avaliamos a partir de nossas percepções.” Sem maldades e preconceitos. “É apenas natural”. Nós pensamos assim normalmente e agimos conforme sentimos com os nossos próprios sentidos. (2007, p.41) Em seu pensamento Miranda nos relata que:

Quando sua auto-estima (sic) é alta, você tende a achar que os outros estão errados. Se sua auto-estima (sic) é baixa, você tende a achar que os outros estão certos e você errado. Ai esta uma situação na qual você estará sempre errado: avaliando os demais a partir, exclusivamente, de seus modelos. (MIRANDA, 2007,p.41)

Em testes de aptidão dominante, por exemplo, aplicados pela equipe de Renata Miranda na ocasião de lançamento do seu livro, foi observado nas pessoas participantes, isto baseado em mais de 20.000 mil delas, que o perfil correto do ser humano, ‘em matéria de desenho de uma personalidade” não determina o que pode ser certo ou errado, ou seja, “cada um é o que é e isso tem seu propósito e seu valor.” (2007, p.41). E foi dentro desta perspectiva que Miranda vê a necessidade em trabalhar e projetar sua imagem com mais atenção, assim como para tentar identificar as características e valores de seu interlocutor. Porém, abordagens desta natureza são difíceis de serem conduzidas espontaneamente, pois o ser humano tende a interessar-se primeiramente por si próprio (2007, p.42). Como dica essencial, Renata Miranda nos deixa uma frase inspirada em outra pesquisadora de comportamento, Dale Carnegie, da obra que vendeu mais de cinquenta milhões de exemplares pelo mundo afora intitulada **Como fazer amigos e influenciar pessoas**, que diz: “Se você quer que alguém se interesse por você, comece interessando-se por ele.” (CARNEGIE, 1963 apud MIRANDA, 2007, p. 42) e, Miranda completa

dizendo que “a criação de uma imagem favorável a você terá de ser construída na mente de seus interlocutores.” (MIRANDA, 2007, p. 42 et seq.)

Expressividades como voz e o movimento do corpo podem revelar o melhor ou pior de si. Esta percepção de valor pela nossa expressão corporal pode abranger desde uma linguagem verbal à corporal, portanto faz-se a necessidade em explorá-la de maneira correta. Segundo Miranda nossa voz pode expressar imagens mentais, pois pode revelar “com naturalidade nossos reais sentimentos” e, nossa expressão corporal também segue o mesmo caminho, quando nos atinamos que “o corpo tende a mimetizar a voz.” (2007, p. 88). E estas dicas se tornam mais importantes ainda quando são trabalhadas para o desempenho visual de uma passarela de Moda onde a espontaneidade precisa aflorar-se para uma melhor comunicação corporal adequada.

E com esta mesma “essência” de pensamento, que a empresaria de tecelagens Santa Contanza e também consultora de estilo, autora do best-seller **O essencial**, Constanza Pascolato, criou um guia perfeito para quem quer seguir a profissão de modelo e ter sucesso com sua imagem pessoal. E inicia a obra perguntando se você já sonhou algum dia em ser aquela pessoa “bela” que todos invejam e cortejam, se transformando em alvo de desejo para sua vida (PASCOLATO, 2003, p.12). Porém, não se sabe o quanto este desejo pode alterar e afetar a vida daquela pessoa que quer representar este “Modelo” ideal, ou molde de beleza correspondente a um padrão de comportamento e estilo de uma época. O glamour que vemos estampado nas capas de revista podem, levar mais de 10 horas para serem concretizados a contento, distribuídos entre produção de maquiagem, vestuário, acessórios, mau humor de profissionais cansados, fome, malabarismos circenses para variar as expressões na fotografia e roupas e sapatos que apertam sem a possibilidade de reclamar (2003, p.15). Segundo relatos coletados por Pascolato a vida de Modelo é muito mais dura do que parece ser.

Além, dos habituais processos de uma produção de moda e stylist sobre a profissional Modelo, existem outros cuidados que devem ser observados e atentados, como por exemplo, em seu primeiro contrato de trabalho, assim como os momentos em que acontecem os testes para possíveis trabalhos comerciais. Todo cuidado é pouco quando sua imagem for negociada a um determinado cliente, pois bem se sabe que todo o profissional desta área é igualmente avaliado e “vendido”

como uma mercadoria, e com isto devem aprender a conviver também com rejeições. (2003, p. 17)

Modelos famosas como Gisele Bündchen, foram por muitas vezes rejeitada em agencias famosas no Brasil, por isto a necessidade em manter-se firme em seu proposito sem desistir facilmente de seu sonho. Pascolato diz que ouvir os profissionais especializados na área de estilo e comportamento é primordial para a sua adaptação ao que o mercado de imagens rege no momento. E estas características que são descobertas e lapidadas é que podem valorizar seu estilo próprio impulsionando qualidades para seu perfil de Modelo. (2003, p.18)

Independente desta busca pela elegância e glamour fora ou dentro das passarelas apontada por Pascolato entre seus relatos sobre o universo das modelos de sucesso, o mais importante é ter em mente que sucesso não é igual a fama e que talvez seja mais interessante saber utiliza-lo para agregar valor em seu futuro do que apegar-se ao que a fama traz para a vida de uma Modelo, rica, bela e infeliz. (2003, p.20)

A nova imagem da contemporaneidade deve vislumbrar não só sistemas de valores sociais, novas mídias e jogos de proporções sobre o estilo, mas sim o bom senso como um todo, onde a diplomacia de um homem gentil unida a uma boa dose de simpatia poderão abrir as melhores portas para o sucesso pessoal.

3 METODOLOGIA

Como metodologia, foram aplicadas junto ao Projeto de Extensão **Passarela de Estilo**, as seguintes dinâmicas: Aula expositiva e prática sobre etiqueta social; Exercícios práticos individuais e em grupo; Dinâmica de performance em frente as câmeras e *casting* para modelos; Apresentação de imagens e aplicação de questionário sobre a identificação do estilo próprio. Todas as aulas tiveram a participação efetiva das alunas voluntárias e bolsistas do projeto de extensão.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Entre as dinâmicas apresentadas junto aos jovens assistidos pelo CCA, Centro de Convivência do Adolescente, tais como: Etiqueta a mesa, Aplicação de questionário para encontrar seu estilo pessoal; Dinâmica de desempenho em frente à câmera

fotográfica; Cadastro de medidas dos alunos assistidos visando o projeto do editorial de moda, com parceria de marcas de moda, existentes no comércio local como a marca de Moda Jeans, D'ecally (da aula egressa Sarah Anastácio) e a marca de moda carioca Lookatit (da empresária Nayara Neves), assim como looks do acervo do curso de Design de Moda CESJF à participação junto a outros projetos de extensão, sobre **Acervo Técnico e Vestuário**, orientado pela Professora Fernanda Bonizol Ferrari e **Design de Moda e Artesanato**, desenvolvido pela Professora Raquel salgado Carneiro e alunos dos curso de Design de Moda e Interiores do CESJF, com criações e produções a serem apresentadas no desfile do curso de Design de Moda CESJF, "Sonhos e Devaneios", pode-se notar interações amigáveis de positiva reciprocidade entre as partes envolvidas.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O projeto **Passarela de Estilo**: do culto ao corpo e mente à profissão de modelo, novamente com a proposta de trabalhar a imagem do ser, na busca pela autoestima pode se estabelecer, mais uma vez, como um modelo ferramental visando às inter-relações da imagem-corporal influenciando e despertando novos hábitos aos jovens assistidos pelo programa de Extensão.

Acreditamos que estas experiências, conforme podemos evidenciar não só na primeira fase do projeto de extensão, ainda em 2018, mas, também em 2019, contribuem de fato para autoafirmação e melhora da autoestima, assim como para a valorização pessoal, despertando o interesse profissional dos mais jovens e capacitando-os para o futuro. O encerramento do projeto acontecerá em formato de desfile de moda e também em exposição fotográfica, realizado junto ao desfile do curso de Tecnologia em Design de Moda CES/JF conhecido como **Sonhos e Devaneios**, no fim do semestre letivo da Faculdade CES, no dia 4 de dezembro de 2019, às 19hs, em espaço do Campus Arnaldo Janssen.

Agradecemos primeiramente ao Projeto de Pesquisa e Extensão, do Centro de Ensino Superior de Juiz de Fora_ CES/JF, em nome do Professor Marco Antônio Pereira Araújo e a parceria com a Secretaria de Desenvolvimento Social da Prefeitura de Juiz de Fora, leia-se AMAC. Agradecemos também ao projeto de

Extensão “Design e Artesanato”, em nome da Profa. Raquel Salgado Carneiro e aos professores do CCA, Centro de Convivência do Adolescente, pela acolhida.

ABSTRACT

This article proposes a new discussion on the self-esteem promoted by CESJF Fashion Design Course, in order to bring another look to Fashion beyond the context of spectacle on the catwalk, but also by the power of its communication, together with other organs, to support a social project that aims at the image of the being. identification of its own style, social interrelations, through the extension project to be explored in an interdisciplinary way, entitled: Walkway of Style: From worship to body and mind to model profession. We will discuss the introduction of social etiquette today, as well as the rules to become a successful model. This project aims to present and continue the study between these relationships through the language of Fashion, seeking to correlate style, culture and elegance in search of self-esteem. The classes were held by the members of the Style Walkway Extension Project, supported by the Juiz de Fora Higher Education Center - CES /JF, in partnership with the Secretariat of Social Development of the Municipality of Juiz de Fora and Centro de Coabitação of the Adolescent - CCA.

Keywords: Footbridge. Fashion design. Self esteem. Social etiquette

REFERÊNCIAS

AGUIAR, Titta. **Personal stylist**: guia para consultores de imagem. 5. ed. São Paulo: SENAC, 2004.

ARRUDA, Fábio. **Sempre, às vezes, nunca**: etiqueta e comportamento/ Fábio Arruda. _ São Paulo: Arx, 2003.

FAÇANHA, Astrid; MESQUITA, Cristiane. **Styling e criação de imagem de moda**/ organização de Astrid Façanha e Cristiane Mesquita. _ São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2012.

MIRANDA, Renata. **Você e sua imagem**: o impacto da expressividade na construção de sua marca pessoal. – São Paulo: BookMídia Editora, 2007.

PASCOLATO, Constanza. **Como ser uma modelo de sucesso, A_Z**: o que é e como vencer na mais desejada e sonhada das profissões/ Constanza Pascolato, Milly Lacombe. _ São Paulo: Jaboticaba, 2003.

KALIL, Gloria. **Chic**: um guia básico de moda e estilo. 28. ed. São Paulo: SENAC, 2008.

ANEXOS

Imagens correlacionadas aos encontros de aulas com os alunos do curso Passarela de Estilo, ministradas no curso de Tecnologia em Design de Moda CES/JF e também em ocasião da visita ao Centro de Convivência do Adolescente – CCA. Seguem imagens das integrantes do Projeto Passarela de Estilo e alunas participantes do CCA.

Figura 1- montagem de imagens com parte do grupo de alunas voluntárias do projeto Passarela de Estilo, junto a Coordenadora do projeto, Professora Fabiana Alvim Ballesteros. Produção de Moda e registros fotográficos da Aluna Ana Luísa Barreto, com fotografia da aluna Kaylane, do Centro de Convivência do adolescente_ CCA, em 2019.



Fonte: Da autora, 2019.

Figura 2- Alunos do Centro de Convivência do adolescente_ CCA, juntos a Coordenadora do Projeto de Extensão Passarela de Estilo, Professora Fabiana Alvim Ballesteros.



Fonte: Da autora, 2019.

Figura 3- Alunos do Centro de Convivência do adolescente_ CCA, juntos a um dos parceiros do Projeto de Extensão Passarela de Estilo, Rodolfo Simões, com a coleção 3D para a Chico Rei em 2018.



. Fonte: Divulgação para o CCA, 2018.

Figura 4- Alunos do Centro de Convivência do adolescente_ CCA, exibindo as calças jeans da marca D`Cally, parceira do projeto Passarela de Estilo, da Diretora criativa e ex-aluna do curso de Design de Moda, Sarah Anastácio.



. Fonte: Divulgação para o CCA, 2018.