

CONSTRUÇÃO DO ESTILO PESSOAL COMO IDENTIDADE: ESTUDO DE CASO DE ÍRIS APFEL

Leite, Júlia Tereza Martins; Graduando Bacharel em Moda; FACED,
julia22juju@hotmail.com¹

Nogueira, Luciana Santos; Graduando Bacharel em Moda; FACED,
luciana.nogueira0725@gmail.com²

Resende, Cássia Carolina Borges; Graduando Bacharel em Moda; FACED,
cassiacarolinaborges@gmail.com³

Resumo

Este artigo tem por objetivo analisar e investigar a relação entre estilo pessoal, identidade e as tendências de moda, a fim de ressaltar a importância do estilo pessoal como identidade cultivando o estilo de vida do indivíduo. As pesquisas foram realizadas através de bibliografias com fundamentação teórica sobre moda e estilo e por meio do documentário Íris Apfel que concretiza o tema proposto.

Palavras chave: Construção do estilo pessoal; Identidade; Tendência.

Abstract

This article aims to analyze and investigate the relationship between personal style, identity and fashion trends in order to emphasize the importance of personal style as identity by cultivating the lifestyle of the individual. The researches were carried through bibliographies with theoretical foundation on fashion and style and through documentary Iris Apfel that concretiza the proposed theme.

Keywords: Personal style construction; identity; trend.

Introdução

Em sua essência, o indivíduo possui características singulares em relação às suas preferências, opiniões e expressões, que compõem sua

¹ Graduando Bacharel em Moda pela FACED de Divinópolis

² Técnica em Vestuário pelo Cefet unidade de Divinópolis – conclusão Dez/ 2010, Graduando Bacharel em Moda pela FACED de Divinópolis.

³ Técnica em Vestuário pelo Cefet unidade de Divinópolis – conclusão Dez/ 2007, Graduando Bacharel em Moda pela FACED de Divinópolis.

identidade pessoal e esse conjunto de predicados distinguem seu estilo de vida.

Dentro de uma sociedade em que ser autêntico e se fazer percebido é relevante, o estilo de vida se manifesta de várias formas e sua imagem pessoal se torna importante na busca por reconhecimentos diversos.

Ao longo do tempo, o vestuário adquiriu forte influência na forma de expressão através da imagem pessoal e do estilo de vida do indivíduo. Atualmente, há uma maior preocupação social com a forma que o indivíduo se expressa e como os outros o identificam, a partir da sua imagem, esta é uma linguagem não verbal de primeiro contato entre as pessoas e, por isso, é tão relevante.

As informações de moda se disseminam com grande rapidez através de revistas especializadas, blogs e sites de moda. O indivíduo que não possui seu estilo pessoal definido se torna vulnerável ao consumo de produtos aleatórios, que não condizem com sua identidade pessoal e sua forma de viver.

Ter identidade é atrelar ao vestir o que exprime seu estilo de vida através de produtos de moda cultivando o principal, sua essência. A decoradora Íris Apfel de 95 anos ilustra tal importância. Ela é uma pessoa autêntica, possui estilo exótico e faz da moda uma agradável aliada, veste peças que a inspiram e que a revelam de maneira autêntica e criativa. Transporta para seus *looks* suas vivências, preferências, exageros e liberdade de expressão imprimindo sua identidade como marca registrada de criatividade e ousadia. Isso sim é afirmar seu estilo com identidade.

1 DEFINIÇÃO DO ESTILO PESSOAL

A moda é democrática e o “usar de tudo” se tornou primordial na rotina de uma pessoa descolada e antenada, porém, quando se fala de estilo pessoal, o importante não é sempre vestir o que está na moda, e sim, estar na moda vestindo de acordo com seu modo de vida, um modo particular que está

presente desde o seu guarda roupa a lugares que você frequenta, seu estilo de música, entre outros.

Seu estilo é sua marca, queira você ou não. É a forma como se mostra ao mundo, usando para isso sua imagem pessoal – ele está refletido em suas roupas e acessórios, em seu corte de cabelo, na maquiagem que você usa. E deveria, entre outras coisas, refletir sua personalidade e seus valores. (VAZ, 2012, p.14)

O estilo pessoal abrange todas as áreas da vida de um indivíduo. Para composição do mesmo é preciso levar em consideração tudo o que envolve o ser humano em sua caminhada.

O que é estilo? É tudo. Estilo de escrever. Estilo de falar. Estilo de Liderança. Moda. Arte. Arquitetura. Destreza Física. Estilo é o modo como você diz algo, o modo como você faz algo, a maneira como você vive. Algumas vezes está na aparência. Outras vezes, na atitude. Estilo é a iluminação da vida. Ele acentua, retrata e dissimula. E, o melhor de tudo, o estilo reflete a alma. (MCCARTHY e LAPORTE, 2008, p.76)

A forma de vestir transporta de maneira prática e evidente o estilo pessoal, é geralmente a mais observada no momento de se identificar a princípio o estilo de cada um, sendo uma expressão notória dentro da sociedade. Segundo as autoras McCarthy e LaPorte (2008, p.8) “o estilo é multidimensional. Escolhas visuais e sensuais são comandadas pela auto percepção. Nossa imagem é o conjunto de nossas crenças, histórias e desejos”.

Para definir o estilo pessoal, o indivíduo precisa se expressar de forma original e autêntica, e então todas as suas escolhas serão de fato uma versão dele mesmo. A descoberta do estilo pessoal facilita as escolhas do indivíduo e ele passa a tomar decisões mais conscientes em todas as áreas de sua vida. É aprender a se definir para permitir que o outro o compreenda em sua essência.

Mesmo sendo particular, o estilo pessoal é um caminho onde cada indivíduo se reconhece em determinado grupo social, podendo ser aceito ou não pelo mesmo, é um diferenciador e identificador de pertencimento a um grupo dentro da sociedade.

Tal aceitação acontece devido reconhecimento de características similares, onde eles as percebem de maneira clara, sustentadas por escolhas,

atitudes, preferências e até mesmo opiniões sobre os mais diversos assuntos, mas é principalmente o modo de vestir que passa a ser elemento primordial nessa busca de identificação e ao mesmo tempo diferenciação dos dias atuais.

A moda é essencial para o mundo moderno, faz parte da trama que liga o nosso organismo cultural. Se é possível pensá-la como algo coercitivo, que nega a própria individualidade, uma vez que é movida pela imitação, é também possível pensá-la como capaz de expressar o individual. (EMBACHER, 1999 p.16)

Os estereótipos do estilo se definem em sete tipos para uma melhor compreensão dessa forma de viver e expressar de cada indivíduo.

1.1 Estereótipos do estilo

Abordar estereótipo é partir de definições engessadas e ideias preconcebidas e até limitadas. Porém, os estereótipos do estilo são importantes para nortear o indivíduo e ajudá-lo na compreensão de suas preferências dentro de um perfil já existente. Conforme pontua Pitombo (2005, p.64) “sabemos que as vestimentas servem como elemento de atestação de pertencimentos e, tanto ontem quanto hoje, elas fazem parte do processo de constituição das identificações sociais”.

Muitos termos são usados para definir o estilo pessoal, porém, como abordado pela autora Titta Aguiar no livro *Personal stylist*, atualmente são reconhecidos sete tipos: o tradicional, esportivo ou natural, contemporâneo, romântico, sensual ou sexy, dramático e criativo. Dentre esses perfis, é possível identificar as características relevantes de cada indivíduo.

O estilo tradicional é caracterizado pelo uso de cores sóbrias e neutras, peças atemporais, *look* coordenado, estampas clássicas, modelagem sem ousadia e acessórios discretos. A mulher com estilo tradicional reforça uma imagem confiante, conservadora, centrada, discreta, não gosta de atrair atenções e está sempre preparada para ocasiões formais.

Costanza (2013, p. 55) conceitua de forma simples e objetiva a mulher adepta ao estilo tradicional, “parece que veste “menos”, mas a clássica já deve ter nascido sabendo que menos é mais”.

Estilo esportivo ou natural é marcado pelo uso de cores diversas, peças casuais; aliás, o jeans é indispensável, roupas de cortes práticos e simples e geralmente calçados sem salto. A mulher de estilo esportivo exibe uma imagem que preza o conforto acima de tudo, prática, vibrante e cheia de energia, adora atividades ao ar livre, e se sente confortável em contato com a natureza.

O estilo contemporâneo é definido por linhas simples e coordenáveis, os *looks* são na maioria monocromáticos, prefere menos contrastes, cores suaves, neutras e sem brilho como bege, cinza, azul marinho e preto. Seu visual é atualizado e impecável, sempre usando peças que são as tendências do momento, sem deixar de lado a elegância. Os acessórios são de todos os tipos, vão dos delicados aos poderosos, vale o que está em evidência na moda. A mulher com estilo contemporâneo é refinada, vive atenta com as novidades do mercado. Esse modo de vestir transmite segurança, sucesso e confiança por meio de sua imagem.

Romântico, esse estilo é naturalmente feminino e delicado. Possui predileção por peças em tons claros, tecidos leves de caimentos suaves e plissados, as rendas estão sempre presentes nos looks, sejam eles casuais ou para noite. Também estão na sua composição as estampas florais pequenas e bem delicadas, laços, fitas, cintos marcando a cintura e saias rodadas, são características desse estilo. A romântica é uma menina mulher, com trejeitos discretos e sorriso tímido, expressa seu estilo através em seu comportamento no geral, o modo de falar, de sentar e até de arrumar o cabelo.

O estilo sensual ou sexy possui particularidades que atraem atenção. As cores de sua preferência permeiam os tons vibrantes como vermelho, rosa e preto; complementadas por acessórios que trazem movimentos como: pulseiras mais robustas e brincos maiores, brilhantes e com formato curvo. Nesse estilo, as mulheres gostam de valorizar o corpo através da roupa; modelos marcantes e de tecidos que modelam o corpo estão sempre presentes

nas produções, os decotes, transparências e recortes complementam o guarda roupa da mulher sexy, que remete para ela a feminilidade. São mulheres ousadas, atrativas, e seguras de si.

O estilo dramático se identifica como um estilo marcante por possuir peças especiais e com modelagens diferenciadas, com uso de cores fortes. A mulher desse estilo possui uma predileção pelo preto, combinações desafiadoras, formas geométricas, linhas angulosas, retas e diagonais. Os acessórios não são encontrados em qualquer loja, são grandes, inusitados e chamativos. A mulher de estilo dramático gosta de inovar sempre, transmite uma imagem dominante e sofisticada, aprecia a singularidade e o diferente.

O criativo é um estilo irreverente, livre e que se permite. Os *look* são compostos a partir de um tema ou personagem, por exemplo: punk, gótico, *country*, *bohô* e *rock*, sua composição favorita é o mix de estampas. As cores são usadas em combinações inusitadas que variam entre os tons claros e escuros, todas as formas são válidas, desde linhas retas, curvas e diagonais, com silhueta apertada ou folgada e peças sobrepostas. Os acessórios são de todo tipo e usados de maneira não convencional, de materiais naturais, sintéticos (madeiras, pedras, conchas, cobre e étnicos), médios e grandes. As mulheres de estilo criativo são espontâneas, originais, imaginativas e possuem forte capacidade de expressão.

Difícilmente as pessoas se encaixam em apenas um estereótipo de estilo, é normal transitarem entre dois ou três. Geralmente os estilos mantêm uma sintonia entre si, e é a forma mais presente de traduzir a identidade e o modo de vida do indivíduo. Segundo Vaz (2012, p.62) “sua imagem conta quem você é, o que deseja, seus valores, suas qualidades, suas aspirações.”

As pessoas passaram a misturar tudo, brincando de confundir os olhares nas ruas e dificultando os estereótipos. Aparecem *cybermods*, *techo-hippies*, neogóticos e o que mais a imaginação e o humor puderem alcançar. Também é comum nos centros urbanos uma garota que durante o dia é *patty*, à noite é *clubber*, amanhã sai de chique, e por aí vai. Nos anos 2000, a idéia de precisar pertencer a determinado grupo perdeu a legitimidade. Cada um faz o que quer – ao menos com a sua própria imagem, e aí está metade da graça da moda e da expressão pessoal por meio das roupas. (PITOMBO, 2002 p.46)

Atualmente, a sociedade está mais receptiva a novos estilos de vida, a sexualidade, o comportamento, a diversidade de tendências e modo de vida facilita a forma de expressão dessa sociedade contemporânea. Isso contribui com que a maioria dos indivíduos se revele como realmente são sem se preocuparem tanto com julgamentos sociais. Nesse contexto, o importante é ser autêntico.

2 ESTILO PESSOAL COMO IDENTIDADE

O vestuário acompanha o indivíduo desde os primórdios de sua existência, tendo como função principal a proteção do corpo, pudor e adorno. O traje passou também a ser usado com a intenção de diferenciar classes sociais, como afirma Treptow (2013, p.20) “até o final da Idade Média, podemos constatar que existia indumentária, roupa, mas não moda.”

Com o surgimento da moda e a necessidade do indivíduo de ser percebido e aceito, o estilo pessoal passa a valer como seu principal aparato de moda.

A moda surge no momento histórico em que o homem passa a valorizar-se pela diferenciação dos demais através da aparência, o que podemos traduzir em individualização. Toda via essa diferenciação de uns, visa uma identificação com os outros, pois a moda se dá através da cópia do estilo daqueles a quem se admira. (TREPTOW, 2013, p.21)

O ser humano no decorrer de sua vida é moldado a partir de experiências sociais e pessoais, no qual as mesmas contribuem para a formação de sua identidade.

O estilo pessoal é formado a partir de preferências particulares, de acordo com a maneira de viver e as experiências de vida. Sendo assim, é notável a relação direta entre indivíduo, estilo e identidade; já que a última é fundamental para a construção desse estilo, tendo como melhor expositor a roupa aliada às diversas tendências de moda presentes na sociedade contemporânea.

Por outro lado é preciso pensar que o estilo é o que põe a identidade em movimento e que a constituição de um estilo é a manifestação mesma dessa identidade enquanto plasmação, exercício de maleabilidade. Maleabilidade esta que se faz reconhecer antes de tudo através da plasticidade formal da imagem pela qual ela se faz perceber. Nesse sentido, o estilo molda o sujeito em sua identidade, ao mesmo tempo em que se exhibe numa forma exterior (PITOMBO, 2005, p.126).

Na moda, a identidade se evidencia pelo estilo de vestir a partir de escolhas de peças de roupa. Nesse caso é possível perceber a particularidade de cada um. Segundo Erner (2005, p. 224) “de fato, é impossível imaginar a moda sem um indivíduo autônomo expressando desejos e vontades que lhes são próprios”.

Todos os dias, ao escolher o que vestir, o indivíduo exhibe sua peculiaridade. De acordo com Embacher (1999, p. 16) “a identidade passa a ser um dos principais problemas da modernidade. O vestuário pode, muitas vezes, auxiliar o homem moderno nessa questão.” As roupas, mesmo sendo resultado de pesquisas de tendências, matérias primas disponíveis no mercado e produzidas de acordo com a identificação de um determinado público alvo; tem a capacidade de mostrar algo sobre quem as veste, pois é usada em uma composição visual, nomeada de estilo, e que finalmente traduz a singularidade de cada ser.

Ao definir o estilo pessoal através do vestuário, o indivíduo consegue expressar em sua totalidade o que realmente é, expor suas opiniões, prioridades, costumes, crenças e valores.

Seja qual for o estilo pessoal, ele é exclusivo de cada um, torna o ser um sujeito titular em sua essência. Assim, é possível ser percebido dentro de uma sociedade que se caracteriza por uma busca incessante de se descobrir a cada instante como um indivíduo singular.

2.1 A interferência da mídia na construção do estilo pessoal

A sociedade contemporânea é marcada pela tecnologia, a era digital movimentou o mercado e a informação de forma instantânea, e tudo que parece

estar longe, com apenas alguns toques na tela do celular é possível tomar conhecimento. As gerações atuais compartilham suas experiências de uma forma cada vez mais rápida e influenciadora. Assim as informações chegam com uma rapidez absurda e nos surpreendem com novidades a todo instante.

As novas tecnologias estão influenciando o comportamento de todas as pessoas do planeta. A contínua evolução tecnológica da informática, internet, televisão, celulares, etc., está modificando o comportamento das pessoas com uma profundidade jamais vista na história da humanidade. Essas tecnologias propiciarão uma revolução tão profunda, que é impossível saber com certeza como afetará o mundo do consumo da moda (FACCIONI 2011, p 102).

A moda é participante ativa dessa digitalização em massa, tendências (FIGURA 1), lançamentos de coleções que acontecem do outro lado do mundo, e as inovações tecnológicas nessa área são disseminadas em sites, revistas e blogs especializados. Mas até que ponto essas notícias são positivas?

Figura 1: Tendências de moda.



Fonte: http://marieke-deruiter-f63j.squarespace.com_2017

Os blogs de moda, as pessoas públicas da mídia, as lojas virtuais de produtos de moda e as constantes campanhas e propagandas, bombardeiam a vida do consumidor final e influencia o seu modo de vida, de consumo e

comportamento. Muitas vezes o indivíduo consumista adquire algum produto mais por influência da mídia ou por tais influenciadores, que pela necessidade real do produto.

Na atualidade, a moda não se resume apenas no modo de vestir, o genuíno é a tendência e, portanto, é a partir daí que a moda vem sendo construída. As tendências são constantes, e com este intenso fluxo de consumo de produtos, as marcas investem em formas rápidas e eficientes de fazer os seus itens girarem. De acordo com Erner (2005, p.131) “uma vez conhecido o futuro das tendências, falta apenas influenciá-las. E para tanto, nada equivale alguns métodos: assim, o conjunto parece menos mágico, mas certamente mais eficientes”.

O consumidor está vulnerável às constantes informações e se o seu estilo pessoal não está bem definido, ele adquire produtos que nem sempre serão usados, não combinam com sua personalidade e não expressam seu estilo de vida. Portanto, há que se atentar quanto ao que é mania na moda e o que realmente agrega valor ao seu estilo pessoal.

A mania é um comportamento definitivo (um derivativo) que pode ou não estar alinhado com algum vetor influente no comportamento das pessoas. Normalmente aparece de forma surpreendente e é gerada em novelas, filmes ou em mídias que apresentam novos comportamentos de celebridades, artistas, atores etc. (FACCIONI 2011, p.52).

Dentro das tendências de moda, há aquelas que se definem como modismo (FIGURA 2), são as tendências que se sobressaem mais rápido, tidas como as estimadas, caem no gosto popular e fazem sucesso dependendo de fatores externos como época, estação e ou evento, seu sucesso é efêmero e se desfaz com facilidade.

Enquanto usarmos as chamadas tendências só porque são assim consideradas, acreditando que existem as produções certas ou erradas, estaremos apenas fazendo parte de um exército bem-mandado marchando em direção ao tédio. O mundo clama por estilo, e você está convocado, independentemente de ser homem ou mulher: seja autêntico (GUERRA, 2016, p. 21).

Figura 2 – Modismo.



Fonte: <http://www.bemvestir.com/tendencias-outono-inverno-2017/>, 2017

Diante das diversas influências é imprescindível o conhecimento pessoal para saber filtrar as informações diárias de moda e solidificar o estilo individual de acordo com o modo de vida. É preciso atentar que, para se ter estilo não é preciso usar sempre o que está na moda e nem o que está em evidência.

É preciso enfatizar, contudo, que uma pessoa não estará completamente na moda se a seguir excessivamente bem, um toque de gosto pessoal deveria também ser sugerido, mediante, por exemplo, a combinação de duas peças de uma maneira especial. A moda será sempre encontrada no inter espaço entre o individual e o conformista. (SVENDSEN, 2010, p.164).

Figura 3 – Estilo.



Fonte: Disponível em: <http://www.benedettarossi.it/iris-afel/>, acessado em 29/05/2017.

O estilo (FIGURA 3) é o que traduz a identidade do indivíduo e o torna exclusivo perante os outros dentro da sociedade, isso contribui que seu modo de vestir transmita de forma clara sua personalidade.

3 ÍRIS APFEL E SEU ESTILO MARCANTE

Partindo do pressuposto que o indivíduo se expressa através do seu estilo pessoal no qual sua identidade evidenciada, ressalta-se o quão marcante se torna o visual de um indivíduo quando seu estilo é bem definido.

A discussão sobre estilo e sobretudo de estilo relacionado ao consumidor de moda conduz irremediavelmente à ideia de identidade. Como vimos, inclusive, na definição da palavra, o estilo pode ser interpretado como aquilo que caracteriza uma forma de expressão, formado por um conjunto de traços identitários que resultam numa unicidade (PITOMBO, 2005 p.127).

Falar de estilo marcante é ter Íris Apfel como referência, uma senhora que, no auge dos seus 95 anos é ícone de moda e modelo de autenticidade. Dona de um estilo irreverente, ela desfila looks coloridos em sua maioria, excessos explícitos pelos maxi acessórios como colares, pulseiras e seus icônicos óculos redondos, aliás, os acessórios são seu ponto forte. Seu guarda roupa é composto por peças marcantes, criativas e seus acessórios são dos mais diversos possíveis.

Ela não é estilista, nunca foi modelo nem editora de moda, mas se tornou uma referência de estilo com seu jeito de se vestir e suas frases inspiradoras. Nascida em Nova York, em agosto de 1921. Íris Apfel é um exemplo de bom gosto e definitivamente meu maior ícone de moda. Amante das cores, volumes e formas exagerados, a decoradora passou dos 90 anos usando roupas, óculos e acessórios que muitas meninas de dez não teriam coragem de experimentar, contrariando qualquer lei da consultoria de imagem. E é desse jeito absolutamente único que ela esbanja estilo e alegria de viver (GUERRA, 2016 p.175).

Íris nasceu em 29 de agosto de 1921 e estudou Artes na Universidade de Nova Iorque. Ela ficou conhecida por ser o “famoso pássaro da moda”, é a junção perfeita entre decoração, moda e arte.

Por possuir esse estilo particular, Íris foi tema da exposição *Rara Avis: Selections from the Iris Barrel Apfel Collection*, que aconteceu no *Metropolitan Museum*; em 2007, onde apresentou peças de seu guarda-roupa para o livro *Rare Bird of Fashion: The Irreverent Iris Apfel*, foi capa da revista *Dazed & Confused* e também ganhou um documentário feito pelo cineasta Albert Maysles⁴, em que relata sua vida pessoal e todo seu conhecimento. Apfel desvenda um fato curioso sobre o início da sua coleção, hoje, desejada por milhares de colecionadores, no qual ela diz que “sua primeira peça adquirida, foi aos 12 anos de idade.” Segundo ela em seu documentário, “uma bela cor é capaz de ressuscitar até os mortos”.

A decoradora não se limita no quesito vestir, contesta todas as regras usadas na consultoria de moda ao usar peças que lhe interessam, ignora as produzidas exclusivamente para sua idade, não se restringe as que compõem as tendências de moda e muito menos aos modismos. Com isso, ela se mantém fiel ao seu estilo pessoal. Por possuir um estilo marcante e exótico, ela se tornou referência na moda.

Com Íris Apfel confirmo minha impressão de que os óculos são um dos mais poderosos acessórios de estilo. Os óculos perderam seu estigma de “quatro olhos” e estão se tornando acessórios de moda, moldura para os olhos, algo que ajuda a contar um pouco mais sobre a personalidade de quem usa (GUERRA, 2016 p.176).

O estilo de Íris é inconfundível, resultado de uma personalidade inventiva e que não se importa com a opinião alheia se faz expressiva e original. Essa é sua marca registrada de um jeito simples e objetivo de dizer a todos que carrega de forma unânime suas vivências e preferências.

3.1 A construção do estilo pessoal

⁴ÍRIS, UMA VIDA DE ESTILO. Direção: Albert Maysles. Produtores: Laura Coxson, Rebekah Maysles, Jennifer Ash Rudick, 2014. (1h 23min), color. Disponível < <https://www.netflix.com/br/>>. Acesso em 07 de junho de 2017.

A sociedade contemporânea exprime a preocupação evidente com a imagem do indivíduo, o que torna relevante para sua autoconfiança, credibilidade e aceitação social. Portanto aliar estilo e identidade é o desafio enfrentado por muitas pessoas.

As autoras McCarthy e LaPorte (2008, p.8) ressaltam “a autenticidade é excitante, econômica e eficiente. Quanto mais você se conhece, mais claras são suas escolhas. A autoconsciência leva ao verdadeiro estilo.”

Existem pessoas que não possuem seu estilo pessoal definido; talvez pelo fato de não conseguirem identificar suas prioridades ou por julgarem que estilo é vestir tudo que está na moda, sem critérios.

A consultoria de moda propõe orientar indivíduos na definição de seu estilo pessoal, quando este não é nato e necessita de um norte que aperfeiçoe suas escolhas. Ela se dá através de um estudo das características peculiares do indivíduo onde se determina seu tipo físico, tom de pele, prioridades, e a aplicação de um questionário quantitativo e imagético, que identifica as preferências gerais do indivíduo e propõe peças e acessórios condizentes com seu biótipo e estilo de vida.

Conhecer sua Declaração de Estilo o ajuda a tomar hábeis decisões – de seu guarda-roupa e de sua casa até seus relacionamentos e trabalho. Quando a personalidade, a aparência e a percepção de sua vida estão conectadas com sua verdadeira natureza, você se sente em casa onde quer que esteja. Você caminha com mais determinação. Pensa de modo mais claro. E o mundo irá responder à altura. (MCCARTHY, LAPORTE, et al 2008, p.17)

Durante o trabalho de consultoria, é importante que as preferências do cliente sejam respeitadas, o profissional que o orienta precisa aliar seu trabalho aos desejos do cliente e não deixar que seu estilo pessoal se sobreponha.

As roupas são elementos utilizados pelos indivíduos para suprir algumas necessidades individuais, suas escolhas podem ser influenciadas por diversos fatores como características físicas, psicológicas, sociais e estéticas. Façanha e Mesquita detalham com clareza tais fatores:

1. FÍSICAS – Encaixam-se nesta categoria as escolhas motivadas pelo clima, forma de locomoção, conforto físico e questões de saúde.
2. PSICOLÓGICAS – Englobam escolhas do que traz bem-estar e conforto psicológico ao cliente - a cor ou objeto de sorte, por exemplo.
3. SOCIAIS – Abrangem escolhas movidas pela necessidade de inclusão, aceitação, adequação ao (ou confronto do) ambiente ou grupo em que convive.
4. ESTÉTICAS – São escolhas movidas pela vontade de destacar ou camuflar parte do corpo, adornar-se ou expressar-se artisticamente por meio das roupas (FAÇANHA; MESQUITA, 2012, p.155).

A roupa e a moda vão além da sua definição estética, Façanha e Mesquita (2012, p.156) explicam que “as roupas transmitem mensagens individuais quando são vistas aleatoriamente, porém quando uma pessoa as veste, sua mensagem é alterada mediante as informações pessoais que a pessoa transmite de si”. De acordo com as mesmas autoras (2012, p.156) “Nenhuma estampa de onça tornará uma mulher sensual se ela não se expressar de forma também sensual por meio de seu modo de andar, falar e olhar. Se há dissonância entre os elementos, não há credibilidade de imagem”.

Definido o estilo, o indivíduo é capaz de tomar suas decisões a respeito do que vestir com segurança e evidencia sua identidade, se apresenta de forma visual a imagem que pretende passar para a sociedade e isso se afirmará em várias áreas de sua vida pessoal e profissional.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A moda é caracterizada pela diversidade de estilos e composições criativas. Mediante as constantes informações desse mercado, é uma tarefa difícil escolher o *look* ideal que represente o indivíduo em sua essência, quando o mesmo não se conhece profundamente ou não possui orientação de um profissional da consultoria de moda e imagem. Na sociedade contemporânea, estilo com identidade se faz relevante em diversas áreas pessoais e profissionais, na vida do indivíduo.

Identificar e construir a identidade pessoal do indivíduo é um processo complexo no qual a personalidade transparece através da roupa e acessórios que escolhe usar. A imagem pessoal deve reafirmar o seu eu interior para que seu estilo de vida, crenças e preferências sejam transportados para todos os aspectos de sua vida. Assim, sua identidade se torna relevante e a moda é o canal que irá apoiá-lo nesse processo.

A personalidade Íris Apfel ilustra com exatidão o conceito e aplicabilidade de identidade pessoal, ela transporta excesso e exagero em tudo que a cerca, seja em quantidade ou proporção. Seu apartamento é uma miscelânea de artefatos decorativos, e sua imagem pessoal é composta por criações apoiadas em *looks* coloridos, sobreposições e maxi acessórios, que imprimem seu estilo de vida e preferências.

Portanto, com base nos estudos realizados, observou-se que é possível o indivíduo se manter fiel ao estilo pessoal com identidade, desde que suas crenças e preferências sejam o ponto principal de suas escolhas. Parafraseando Coco Chanel: “a moda passa, o estilo permanece”.

REFERÊNCIAS

AGUIAR, Titta. **Personal Stylist: guia para consultores de imagem.** 7ª Ed. São Paulo: Senac, 2015.

CIDREIRA, Renata Pitombo. **Os Sentidos da Moda: Vestuário, Comunicação e Cultura.** 1ª Ed. São Paulo: Annablume, 2005.

ERNER, Guillaume. **Vítimas da Moda?: Como a criamos, por que a seguimos.** 1ª Ed. São Paulo: Senac, 2005.

FACCIONE, Carrie. **The Black Book Off Fashion: Como ganhar dinheiro com a moda.** 1ª Ed. São Paulo: Larousse, 2008.

GUERRA, Cris. **Moda Intuitiva.** 1ª Ed. São Paulo: Planeta, 2015.

KALIL, Glória. **Chic: Um guia básico de moda e estilo.** 27ª Ed. São Paulo: Senac, 2008.

MAYLES, Albert. **IRIS: Uma vida de estilo.** Produtores: Laura Coxson, Rebekah Maysles, Jennifer Ash Rudick, 2014. (1h 23min), color. Disponível <<https://www.netflix.com/br/>>. Acesso em 07 de junho de 2017.

MCCARTHY, Carrie; LAPORTE, Danielle. **Questão de Estilo:** Viva de acordo com seu projeto de vida. 1ª Ed. São Paulo: Larousse, 2008.

PASCOLATO, Costanza. **O Essencial: O** que você precisa saber para viver com mais estilo. 1ª Ed. Rio de Janeiro: Sextante, 2013.

PALOMINO, Erika. **A Moda.** 1ª Ed. São Paulo: PubliFolha, 2002.

SVENDSEN, Lars. **Moda:** uma filosofia. 1ª Ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

TREPTOW, Doris. **Inventando Moda:** Planejamento de Coleção. 5ª Ed. São Paulo: Doris Elisa Treptow, 2013.