

THE BRITISH SCHOOL OF ETIQUETTE BRAZIL
ESCOLA BRASILEIRA DE ETIQUETA
CURSO MASTER EM ETIQUETA

A Mulher Governante do século XXI: Construindo uma imagem de sucesso através da etiqueta.

LAÍZA DA SILVA GONÇALVES

CAMPOS DOS GOYTACAZES

2022

THE BRITISH SCHOOL OF ETIQUETTE BRAZIL

ESCOLA BRASILEIRA DE ETIQUETA
CURSO MASTER EM ETIQUETA

A Mulher Governante do século XXI: Construindo uma imagem de sucesso através da etiqueta.

Trabalho de conclusão do curso de Etiqueta, apresentado para avaliação do Programa Master em Etiqueta, da Escola Brasileira de Etiqueta (EBE), filiada à The British School of Etiquette, como requisito para finalização da 3ª Etapa da Jornada do Profissional de Etiqueta

CAMPOS DOS GOYTACAZES

2022

A MULHER GOVERNANTE DO SÉCULO XXI: Construindo uma imagem de sucesso através da etiqueta.

LAÍZA DA SILVA GONÇALVES

Resumo

Este estudo tem como finalidade a relação da imagem feminina e a etiqueta como ferramenta no desenvolvimento pessoal, profissional e social. Uma boa imagem pessoal/profissional é fundamental nas relações sociais. E o objetivo desse trabalho é apontar as vantagens que uma imagem positiva e bons modos podem causar em relação à autoestima, saúde mental, nos relacionamentos interpessoais, na autoimagem e autoconfiança. Além de se apresentar de forma gentil causando admiração e elogios de todos através da etiqueta como desenvolvimento humano. A mulher vem crescentemente ganhando reconhecimento no mercado de trabalho em altos cargos, incentivando as outras a buscar o seu crescimento profissional e a sentir motivada a atuar em cargos elevados. Uma boa imagem deve se adequar a diferentes ocasiões seja no lazer ou no trabalho, mas sempre alinhada dentro do seu estilo. O estético deve estar bem cuidado, pois é a embalagem do seu produto. Ser apenas um bom profissional já não é mais suficiente para atender as demandas do mercado. É preciso se destacar e demonstrar demais valores, e saber se comportar nas mais diversas situações. É preciso ter claro quais são os sonhos, desejos e metas, e o que se tem feito para atingir esses objetivos. A empreendedora de sucesso que existe em você precisa assumir riscos para sobreviver em um mercado competitivo e liderados em sua maioria por homens. Precisamos ser mais ambiciosas como qualquer homem e defender sua posição com profissionalismo, competência e segurança.

Palavras-chave: Empreendedorismo, Empoderamento Feminino, Elegância, Etiqueta e Imagem Pessoal.

Introdução

No primeiro tópico são apresentados conceitos relacionados à imagem pessoal, moda e estilo.

Uma carreira de sucesso não está relacionada somente em ser bem remunerado ou ter o emprego dos sonhos, mas também a maneira que o profissional mostra o seu potencial, transmite credibilidade e confiança através de uma boa imagem e comportamento, sabe persuadir e argumentar.

Uma imagem pessoal e profissional deve estar bem alinhada. A imagem que tem como objetivo o impacto pessoal, o destaque social, uma imagem que vende precisa ter a preocupação de passar a mensagem certa por meio das vestimentas e comportamentos.

A moda não é uma palavra antiga, conforme ressalta Calanca (2008), latina é sua etimologia – decorre de *modus* (modo, maneira) –, se introduz no italiano na metade do século XVII como empréstimo do termo francês “mode”. Segundo Calanca (2008), a palavra moda tem como finalidade buscar elegância por parte de uma classe privilegiada, em relação às roupas, ao status sociais, aos pertences de decoração, as cores, aos modos de pensar, de escrever e de agir (VIEIRA, 2015).

A moda nada mais é como eu se comunico no mundo. A moda vai vem e faz parte de um mundo de tendências que tem como finalidade ditar regras em um determinado período.

O estilo é tudo que sou, é o meu ser, é sobre eu mesma no mundo.

Em seguida falarei quem é o profissional que cuida da imagem e estilo.

O consultor de imagem é o profissional que trabalha cuidando da aparência, comunicação e etiqueta em todas as áreas da vida do cliente.

Na construção de uma imagem de impacto e com estratégia o profissional em imagem vai desenvolver dentro das necessidades do cliente e dores uma imagem congruente com a sua personalidade, trabalhando imagem, postura e comunicação. Se o desejo de imagem dessa cliente é transmitir credibilidade, confiança e profissionalismo o trabalho do consultor será parte fundamental na construção da imagem e sucesso.

A minha aparência é o meu cartão de visita, podendo essa imagem causar uma boa primeira impressão, ou não.

Esse trabalho também abordará sobre o poder de uma imagem saudável gerando boas relações sociais. Retratando sobre os impactos negativos e positivos como fator determinante para uma vida saudável em todos os aspectos (pessoal, social e profissional).

Apresento no capítulo 3 o conceito de empreendedorismo feminino e a uma imagem de autoridade no ambiente de trabalho.

Discutindo sobre a integração da mulher no mercado de trabalho, seu papel de liderança e uma imagem coerente com o seu sucesso para se destacar na multidão.

Conferindo toda a responsabilidade do sucesso feminino a ela mesma. Não esperar por um mundo de igualdades e sim se responsabilizar pelos resultados obtidos na sua vida profissional. O seu sucesso ou fracasso dependerá das atitudes que talvez ainda não tenha tomado. O de agir!

Por fim, desenvolverei o conceito de etiqueta e elegância no processo de desenvolvimento humano.

Nada mais elegante do que se relacionar de forma educada, respeitosa, com gentileza e ter um relacionamento social saudável.

1. Imagem Pessoal, Moda e Estilo

A área da Imagem Pessoal pode ser definida pelo trabalho estético focado no ser humano contribuindo na construção de estilos, além de realçar a beleza da face e silhuetas (BRASIL, 2000).

A imagem que projetamos perante a sociedade é uma maneira de se comunicar. A imagem pessoal não é singular, ela necessita se harmonizar a distintas ocasiões, tanto no trabalho como no dia a dia, porém quando eu projeto uma imagem pessoal não devo esquecer do que eu gosto, e sim, alinhar a minha imagem dentro do meu estilo. O que não se pode discordar, todavia, é que as pessoas julgam o visual em questão de segundos, a partir dessa imagem se deduz a que grupo uma pessoa pertence, se é zelosa ou não com sua aparência, se o seu comportamento é

tranquilo ou alterado pelo modo de falar, sentar e andar, ou seja, fazemos um pré-julgamento antes mesmo de conhecer alguém (ALMEIDA, 2020).

A moda desde os primórdios é sinônimo de mudanças. Na história da sociedade as pessoas construíram suas aparências e vem recriando seus estilos e imagens como forma de comunicação no mundo através da moda (VIEIRA, 2015).

A moda é um meio de expressão, e como linguagem psicossocial, carrega um significado de mudança contínua. Ela se expressa através do vestir-se como um sistema de sinais significantes, uma linguagem ou comunicação visual. É a forma mais cômoda e também a mais importante e discreta que o ser humano usa diariamente para se expressar para além da palavra (ALMEIDA, 2020, p. 25).

A moda impacta e dita regras na sociedade. A cada período da história as pessoas que obtinham títulos usavam as vestimentas, acessórios, cores como um meio de poder e status.

Houve um tempo em que reis eram reis, nobres eram nobres e povo era povo. Não havia a menor chance de um campesino se tornar um importante homem da nobreza. Nem sequer poderia unir-se em matrimônio. Era distinto e suas realidades diferentes, onde cada qual representava o seu papel, sem qualquer chance de permanência (KALIL, 2004).

Vivemos em uma sociedade que a imagem pessoal conta muito. A imagem contém uma composição, intencional ou não e pode ser equilibrada e harmoniosa, ou não. Sendo o olho humano muito sensível e busca um equilíbrio visual e que qualquer desarmonia na imagem gera um desequilíbrio.

Uma imagem vale mais que mil palavras. Sendo assim, homens e mulheres com boa feição são vistos como pessoas mais atraentes e podem ser considerados mais inteligentes, honestos, competentes e profissionais do que as pessoas que não se importam em cuidar tanto da imagem pessoal ou profissional. O profissional ele pode ser considerado o mais focado e confiável no grupo, porém a primeira impressão de uma pessoa que não o conhece pode causar ruído em sua imagem e não passar o respeito e autoridade que ela ou ele precisava (DIMITRIUS, 2001, apud VIEIRA, 2015, p. 100).

Todos precisam cuidar da própria imagem. O visual funciona como o “cartão de visita” de uma pessoa, o belo sempre atrai o olhar, todavia, uma boa primeira impressão é essencial para possibilidades futuras (VIEIRA, 2015).

O estilo é à maneira de um indivíduo se expressar através das suas crenças e princípios. O estilo vai além da beleza aparente, no entanto, é o equilíbrio entre o que é considerado belo e o que visto como comum ao olho humano. O estilo está associado com o que gostamos, com os nossos valores, nossas crenças e o jeito e o espaço que fomos criados, fazendo de nós pessoas únicas, com personalidades e gostos diferentes. Estilo nada mais é que a sua impressão no mundo, o seu jeito de fazer as coisas, a sua personalidade estampada desde a escolha da cor do esmalte ao seu estilo musical. E tudo o que usamos ou fazemos comunica, ou seja, é sobre você estar bem consigo mesma e se sentir a vontade com o que se usa, ao contrário da moda que está relacionada às tendências de mercado (ALMEIDA, 2020).

2. QUEM É O CONSULTOR DE IMAGEM?

Conforme a Association of Image Consultants Internacional (AICI), o consultor de imagem é o profissional especializado em aparência, comportamento e comunicação verbal e não verbal, tendo como objetivo fazer o cliente atingir autoconfiança e credibilidade, definindo uma imagem e estilo coerente com o seu estilo de vida, personalidade e objetivos.

O consultor de imagem trabalha cuidando da aparência, comunicação e etiqueta em todas as áreas da vida do cliente.

O serviço da imagem pessoal é um processo de autoconhecimento que promove mudanças consideráveis. Nessa etapa, a moda é um coadjuvante que atua como apoio para manter a imagem desejada e atualizada pelo cliente (ALMEIDA, 2020).

Podendo esse profissional trabalhar tanto com pessoas ou empresas cuidando da estratégia do cliente, o ajudando a se conhecer melhor através de técnicas e ferramentas permitindo a construção de uma imagem de sucesso clara e bem definida de acordo com seus desejos, interesses e necessidades, ajustadas a sua essência.

O profissional que tem como objetivo transformar a sua imagem pessoal e profissional alinhada a uma identidade visual congruente com a sua personalidade, ou seja, uma marca pessoal única e singular (ALMEIDA, 2020).

O ruído em uma imagem pode causar uma confusão visual gerando uma falha na comunicação verbal e não verbal assim escondendo outras singularidades que o cliente gostaria de passar.

Quando se atinge a condição de equilíbrio e a aparência está alinhada ao comportamento sem perder a essência o cliente ele se sente mais convicto, confiante e confortável, cultivando novas atitudes que expressam uma versão melhor de si.

O consultor de imagem pessoal feminina ajuda mulheres a criar uma identidade visual com foco no seu objetivo planejando uma imagem ideal que esteja alinhada aos desejos, interesses, dores e necessidades (ALMEIDA, 2020).

2- Transformação Pessoal: O poder da imagem

O poder de uma imagem saudável gera boas relações sociais. Quando não se está bem consigo mesmo o impacto negativo é fator determinante em relação à vida pessoal, social ou profissional. A partir do momento que eu consigo me olhar com respeito, amor e carinho e sei quem eu sou no mundo e como posso contribuir de forma positiva eu começo a compreender o meu valor pessoal e esse sentimento pode-se chamar de autoestima.

A maneira como o indivíduo elege suas metas, projeta suas expectativas, aceita a si mesmo, e valoriza o outro está intimamente ligada à autoestima e também a autoconfiança. Está relacionada também a autoconfiança, pois a pessoa com boa autoestima torna-se mais confiante diante das decisões a serem tomadas.

A autoestima é sobre se fortalecer com a certeza de que conseguimos viver felizes e somos merecedores dessa felicidade e, a vista disso, conseguir enfrentar a vida com boa vontade, confiança, esperança, ter um propósito e estabelecer metas e alcançar nossos objetivos de forma saudável.

A autoestima está em saber enfrentar as diversidades da vida com confiança, saber respeitar as dificuldades e acreditar que logo tudo ficará bem. É saber ser flexível

diante das pressões, resistir e se manter confiante mediante as derrotas e ao desespero.

Com autoestima, maiores são as chances de sentir e ser produtivo no trabalho e na vida de forma geral, ou seja, maiores as chances de obtermos sucesso. Tendemos a ser mais ambiciosos, não necessariamente em termos profissionais ou lucrativos, mas sim em relação às experiências ligada às emoções, criatividade e espiritualidade.

Uma vida com autoestima atrai o amor, a saúde, a vitalidade, a esperança e maiores são as possibilidades de manter relações saudáveis. A autoestima tem o poder de trazer alegria pelo simples fato de ser, de despertar pela manhã, de viver dentro dos nossos próprios corpos. Essas são as retribuições que a nossa autoconfiança e o nosso auto respeito nos oferecem (FLORIANI, MARCANTE, BRAGGIO, “s.d”).

E quando falamos de uma imagem de impacto e com estratégia, estamos falando de autoconhecimento que trazem mudanças significativas na vida da mulher quando ela sabe aonde quer chegar e alcançar.

Não temos uma segunda chance para causar uma boa segunda impressão, à primeira impressão é uma grande chance de impressionar e se destacar desde o primeiro contato (ROTHMAN, 2014).

Ainda hoje, nos deparamos com mulheres que estão na liderança que se sabotam e criam desculpas para não se vestir de acordo com o seu sucesso e sabemos que uma boa imagem é o nosso cartão de visita. É mais comum encorajar outras mulheres do que a nós mesmas, porém tem um ditado que diz que: a “sorte” favorece aos que são ousados.

A fase de transição na vida da mulher é um processo doloroso (recém-separada, emagreceu, engordou, mudou de emprego, engravidou, a crise da meia idade, etc...), pois se sentem perdidas dentro de uma vida que não faz mais sentido e recomeçar gera medo, insegurança, porém o novo gera expectativas de uma vida saudável tanto nos negócios, quanto na vida pessoal.

A roupa é uma forte aliada na construção de uma imagem que eu desejo e quero passar, sendo um instrumento poderoso na definição de uma imagem congruente

com o meu sucesso. A roupa é uma forte aliada e pode me ajuda a transmitir uma mensagem de força, credibilidade, segurança e autoridade se assim for o meu desejo e objetivo de imagem.

Em concordância com devemos nos importar com a nossa aparência e se olhar no espelho frequentemente e se sentir bonita com o que estamos vestindo. Querendo ou não a minha imagem comunica de alguma forma e as roupas são uma forma poderosa de comunicação não verbal e podemos usar para transmitir confiança, autoestima saudável e profissionalismo (ROTHMAN, 2014).

Falar de consultoria pessoal ou corporativa é algo novo no mercado. Pois, trabalhar a imagem era somente restrito a uma parcela de pessoas como: artistas, governantes, cantores, ou seja, a uma parcela da população com mais requinte que contratavam estilistas para tal função.

Um papel de liderança requer uma presença de liderança e o poder de uma imagem coerente com o meu cargo, com o meu sucesso é fundamental para se destacar na multidão. O verdadeiro líder exala uma presença de autoridade, construída à base de autoconfiança e uma ótima aparência que transmite autoridade.

A presença executiva é vista como a personificação do potencial de liderança e a forma de se vestir, bem como a forma de manter o visual, é parte importantíssima dessa presença. Ambos são fundamentais para o reconhecimento e o progresso na carreira (ROTHMAN, 2014).

Uma imagem apropriada com o meu cargo fortificada com comportamentos adequados gera um poder de influência, destaque e credibilidade. E a partir do momento que eu percebo o meu lugar no mundo e o meu propósito no mundo eu me expresso e me comporto de uma maneira positiva atribuindo valor e reconhecimento no âmbito profissional (ROTHMAN, 2014).

É preciso perceber e entender o efeito que as roupas e acessórios têm sobre nós, e acima de tudo, compreender quais são as nossas forças, conhecimentos, habilidades e motivações internas para apresentar nossa melhor versão Estar atenta às mensagens que eu transmito através das minhas roupas e comportamentos, além de uma boa aparência de modo geral é fundamental para criar uma boa impressão e uma marca pessoal de sucesso (ALMEIDA, 2020).

Uma pesquisa realizada pelo Baguete Diário (2018) sobre comportamento e os efeitos da nossa imagem estabelece os 4 pilares para uma gestão estratégica de imagem pessoal que são elas: propósito, conteúdo, imagem pessoal e comportamento. Enfatizando sobre a imagem pessoal a pesquisa vai no dizer que cerca de 55% da sua comunicação é visual, 38% diz respeito à forma como você se comunica (postura, comportamento, voz) e apenas 7% se refere ao conteúdo em si. Ou seja, o poder da imagem profissional é a base para possibilidades futuras.

3- Empreendedorismo Feminino: Uma imagem de autoridade

Define-se empreendedorismo como a capacidade que uma pessoa tem de identificar problemas e oportunidades, desenvolver soluções e investir recursos na criação de algo positivo para a sociedade. Pode ser um negócio, um projeto ou mesmo um movimento que gere mudanças reais e impacto no cotidiano das pessoas (SEBRAE, 2021).

Empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam à transformação de idéias em oportunidades. E a perfeita implementação destas oportunidades leva à criação de negócios de sucesso. (DORNELAS, 2005, apud BATTISTI, 2010, p.26).

Empreendedorismo feminino é o nome dado ao movimento que envolve negócios fundados, pensados ou comandados por mulheres, incluindo empresas com liderança feminina e, muitas vezes, com mulheres ocupando os cargos mais altos em sua hierarquia (FIA BUSINESS SCHOOL, 2022).

O empreendedor possui características que o definem como tal. Entre elas, o desejo de estar sempre se aprimorando e se atualizando buscando com isso aprendizado. O empreendedor é aquele que possui criatividade, conseguindo detectar oportunidades de negócios, toma decisões de riscos e é uma pessoa de visão (COUTINHO, 2016).

Empreendedorismo é o processo de criar algo novo com valor dedicando o tempo e os esforços necessários, assumindo os riscos financeiros, psíquicos e sociais correspondentes e recebendo as conseqüentes recompensas da satisfação e independência econômica e pessoal” (HISRICH, 2004, apud BATTISTI, 2010, p. 27).

Durante séculos várias mulheres a frente do seu tempo já abria caminhos para a mulher no mercado de trabalho e sua autonomia enquanto mulher em um mundo que até então era dominado por homens e para os homens. Onde posso citar a escritora Mary Wollstonecraft, nascida em Londres em 1759 trabalhava numa editora londrina acreditava que homens e mulheres deviam ser educados da mesma maneira e que as mulheres deveriam participar da esfera pública e serem treinadas para trabalhar fora de casa, em áreas da medicina, obstetrícia e negócios (O Globo Livros, 2019).

As mulheres que vieram antes de nós, e que tiveram de lutar por direitos e por igualdades em uma sociedade patriarcal deixaram marcas de suas conquistas e que hoje podemos usufruir desses direitos alcançados e se inspirar nas lutas de mulheres que viveram além do seu tempo. Um mundo justo seria aquele em que as mulheres comandem metade dos países e das empresas e os homens metade dos lares (SANDBERG, 2013).

A mulher servia apenas para ser esposa, arrumar a casa, procriar e cuidar dos filhos. A mulher, antes vista apenas como dona de casa e subordinada ao marido, conquistou, ao longo dos anos, espaço no mercado de trabalho e se realizar profissionalmente (COUTINHO, 2016).

Conforme cita o IBGE, apenas 13,6% das mulheres em 1950 eram economicamente ativas, em 2010 modificando para 49,9% de mulheres ativas no mercado de trabalho.

As dificuldades relacionadas às mulheres empreendedoras estão geralmente associadas às regras e as responsabilidades que foram lançadas a mulher anteriormente, ou seja, o papel da mulher em sociedade era se preocupar em ter uma família, em gerar filhos, ser uma ótima esposa. Atualmente, a mulher que trabalha fora tem grande dificuldade de conciliar trabalho e família. Para os homens essa dificuldade não tem tanta frequência (COUTINHO, 2016).

A imersão feminina no mercado de trabalho crescentemente vem sendo reconhecida. Uma pesquisa realizada pela Business Report_(IBR), que fora concluída em 2019, revela que em um período de um ano resultou a expansão no

número de empresas com pelo menos uma mulher em cargos de liderança. (SÓLIDES, 2022).

O tema liderança feminina no mundo corporativo retratou que as mulheres representavam cerca de 34% dos cargos de liderança no mercado brasileiro. A representatividade dessas mulheres em altos cargos é de extrema importância mesmo que ainda haja um caminho longo a ser percorrido, pois incentiva a outras mulheres a buscar o seu crescimento profissional e a sentir motivada a atuar em cargos elevados. (G4 EDUCAÇÃO, 2022).

O portal fez uma seleção de 8 mulheres na qual separei 5 delas que são grandes exemplos de mulheres que são líderes de grandes empresas dentro e fora do país. Vejamos:

- Luiza Helena Trajano é uma das empreendedoras mais poderosas do Brasil, listada pela revista Time como uma das 100 mulheres mais influentes do mundo. Presidente do Conselho de Administração do Magazine Luiza, ela foi responsável pelo salto de inovação e crescimento que colocou a Magazine Luiza entre as maiores varejistas do país.
- Eleita uma das mulheres mais influentes do Brasil pela revista Forbes, Cristina Junqueira é co-fundadora do Nubank. A empresa é hoje uma das startups mais valiosas do mundo. Junqueira enfatiza a importância da liderança feminina no mundo corporativo e aconselha as mulheres que almejam alcançar cargos mais altos.
- Zica Assis mulher negra e de origem muito humilde dona do Instituto Beleza Natural, que tem como especialidade os cuidados com cabelos crespos.
- Sheryl Sandberg considerada uma das mulheres mais poderosas do mundo, natural dos EUA trabalhou na Google por mais de seis anos e em 2018 foi recrutada para ocupar o segundo cargo mais alto do Facebook.
- Michele Obama, advogada, executiva, líder e ex-primeira dama dos EUA, se destaca na luta pela igualdade, tanto de gênero quanto de raça. Mulher independente e dona dos seus próprios atos.

“No futuro não haverá mais líderes femininas, haverá apenas líderes” Sheryl Sandberg (G4 Educação, 2022).

A inclusão da mulher no mercado de trabalho é fato recente, pois ainda trabalhar fora de casa não é um privilégio para todas as mulheres. Ainda carregamos o sentimento de culpa por sair de casa e deixar os filhos, a casa para arrumar ou a comida sem fazer, a roupa sem lavar, ou na saga de encontrar um marido e se casar e formar uma família.

Quando outrora um menino nascia já era visto como a esperança do sustento e ascensão financeira da família e logo ia para a escola, porém o que se esperava da moça é que cuidasse de arrumar um bom partido e dos afazeres de casa.

Hoje em dia nos deparamos com uma situação bem diferente, onde boa parte das mulheres é responsável pelo sustento da família. Porém, a falta de estrutura (transporte público, falta de creches, falta de apoio) limita a essa mulher a se desenvolver na carreira profissional.

Sabemos o quanto é difícil conciliar maternidade e carreira, porém não devemos se sentir culpadas por estar se dedicando ao trabalho e a realização dos seus sonhos. Acreditar que as mulheres devam ter liberdade de escolha não significa que elas serão melhores ou piores mães. Na maior parte dos casos as mulheres estão sempre pensando em tudo e em ter tudo. Ela pensa no esposo, nos filhos, no emprego, na saúde de todos, na saúde financeira da família e se preocupa em perder tudo surgindo os conflitos entre ser uma boa funcionária, chefe e uma mãe responsável (SANDBERG, 2013).

Desde que nascemos recebemos tratamento diferente e o efeito desse tratamento é que muitas mulheres ainda acham que ambição é um palavrão. A boa notícia é que podemos sim ter uma família e ainda sim construir uma carreira e sermos bem-sucedidas. Tanto o homem quanto a mulher podem ser bem sucedidos na vida profissional quando se tem uma família, pois os dados revelam que a divisão das responsabilidades financeiras e da criação dos filhos elimina o sentimento de culpa (principalmente da mãe) e a tendência é serem pais com maior grau de envolvimento com as crianças e todos ficarem felizes.

O que precisamos é acreditar em nós mesmas, no nosso potencial e acreditar que somos capazes. Às vezes somos duras demais e queremos manter a perfeição para não sermos julgadas. As mulheres precisam se encorajar a serem ambiciosas, corajosas, precisam quebrar barreiras, ser ousadas, se arriscar mais, enfrentar os medos que a impedem de prosseguir, enfim, a serem líderes, a ser o que sonharam e conquistar.

“O que você faria se não tivesse medo”?

O medo paralisa, aprisiona e uma simples mudança no nosso comportamento em relação ao medo pode virar uma chave para o sucesso. O que não podemos é perder as oportunidades por medo de falhar. Vá e faça! (SANDBERG, 2013).

Outro fator que abala a nossa confiança e autoestima é a nossa aparência profissional. Uma imagem desleixada/não cuidada pode afetar o nosso rendimento profissional, o nosso humor, pode acarretar numa depressão, desconforto, etc.

No mundo dos negócios, as roupas são a armadura que ajudam a passar uma mensagem de força. E saber qual imagem profissional desejo passar é fundamental para uma vida profissional cheia de primeiras impressões (ROTHMAN, 2014)

Somos julgadas até pela nossa aparência e saber qual imagem profissional passar no ambiente profissional é importante, pois a imagem é protagonista no estímulo das nossas emoções, atraindo o nosso olhar e despertando os nossos sentidos induzindo ao pensamento. Sendo a imagem interpretada de maneira singular de acordo com a percepção de cada um (ALMEIDA, 2020).

A insegurança é uma barreira interna que as mulheres precisam superar para se desenvolver no trabalho. Essa insegurança pode ser quebrada trabalhando a autoestima através de um bom comportamento, saber me comunicar melhor, se apresentar de forma adequada, com atitudes diferentes e através de uma postura alinhada com o seu ambiente de trabalho. Pois se essa mulher estiver bem pelo lado de dentro ela consegue se expressar do lado de fora (SANDBERG, 2013).

Quando queremos passar uma mensagem emitimos códigos seja pela comunicação verbal ou não verbal. A comunicação verbal é realizada pelas palavras, sendo ela escrita ou verbal. Já a comunicação não verbal acontece por meios de gestos,

posturas, expressões, vestimentas, etc. Através da comunicação seja ela verbal ou não verbal pode-se transmitir medo ou confiança, poder ou timidez.

Uma imagem profissional estruturada com bons comportamentos gera um poder de influência, visibilidade e confiabilidade exercendo dominância e impactos nas suas relações íntimas, sociais e profissionais (ALMEIDA, 2020).

Porém, cabe salientar que a vestimenta em si não é garantia para uma imagem profissional de sucesso. Todo o seu visual deve estar coerente e harmônico pensado de forma estratégica (qual impacto quero causar?). Sendo assim, devo também me preocupar com as atitudes, comportamentos e postura tendo segurança de se relacionar com os diversos grupos no trabalho e em sociedade.

As pessoas de alguma forma almejam serem vistas, reconhecidas, se destacar no espaço social e na área profissional. Por isso cuidar do visual é de bom tom para não sermos mal interpretados por falta de conhecimento e através das nossas ações descuidadas.

Quando vamos ao supermercado e encontramos na prateleira um produto que está danificado, dificilmente levaremos para casa por achar que dentro do produto esteja estragado. Assim, é a nossa imagem como profissional, nós somos o produto e o nosso cliente são as empresas, que promovem os nossos serviços, porém, se a minha embalagem não estiver harmônica/condizente com o profissional que estou tentando vender dificilmente será contratado (GIACCHETTI, 2008, apud VIEIRA, 2015, p. 14).

A imagem que uma pessoa cria ao longo da vida profissional está propriamente ligada com a sua conduta no ambiente de trabalho. É necessário conhecer o local de trabalho e saber quais são as regras para agir de acordo e se destacar profissionalmente sabendo interpretar e agir de forma correta (VIEIRA, 2015).

No ambiente de trabalho o comportamento profissional, assim como a postura necessitam se manifestar com profissionalismo, comprometimento, credibilidade, confiança e respeito. Uma imagem profissional alinhada com o trabalho é fundamental, porém essa mesma imagem não deve ser mais atrativa que a minha competência. Disciplina é a palavra chave no ambiente corporativo (CÂMARA, 2022).

É através de uma boa imagem profissional que posso ter acesso a várias oportunidades atraentes e ter um ótimo desenvolvimento profissional. É importante potencializar uma imagem profissional que cultive respeito e admiração e para isso precisa ter essas principais competências (BLOG CARREIRAS, 2021).

Investir em Qualificação: para se destacar no mercado é preciso ter uma boa qualificação e oferecer um serviço de qualidade.

Ser Proativo: sempre oferecendo o seu melhor valorizando a sua imagem, além de ser pontual e organizado.

Empatia: respeitando todos os colegas de profissão tratando todos com gentileza.

Ter um bom Perfil nas Redes Sociais: uma boa rede de comunicação pode ajudar a se destacar em relação ao desenvolvimento profissional e construir uma imagem positiva.

Marketing Pessoal: se divulgar de forma profissional e intencional na construção de uma boa imagem profissional.

O impacto que a imagem profissional alinhada à postura, comportamento gera sobre o outro é entender minhas forças, minhas habilidades e me motivar de forma interna e apresentar minha melhor versão.

Não basta sermos ótimos profissionais, com currículo impecável e um acúmulo de experiências invejáveis, precisamos também parecer ótimos profissionais. (GIACCHETTO, 2008, apud VIEIRA, 2015, p. 15).

A mulher para se destacar no mercado de trabalho ela precisa assumir riscos para sobreviver em um mercado competitivo e liderados em sua maioria por homens. É ser ambiciosa como qualquer homem e defender a sua posição com profissionalismo, competência e segurança.

É hora de nos encorajarmos e também encorajar as outras mulheres a tomar o seu lugar a mesa, enfrentar os desafios e fazer a carreira acontecer (SANDBERG, 2013).

4- Etiqueta e Elegância

Conhecer os códigos da etiqueta e da moda nós dará mais liberdade para se situar num mundo cheio de sinais contraditórios. A Etiqueta são regras de convivência e de relacionamento com os seres humanos é sobre se relacionarmos melhor em sociedade (KALIL, 2004).

Foi no reinado de Luis VIX de França que a etiqueta teve o seu auge, um período onde os cerimoniais regiam a vida em sociedade e não se admitia cometer erros. Manter os costumes e cumprir as leis eram necessários para se fazer parte da corte e todos deviam se vestir e se comportar de acordo com as regras.

No século V já se utilizava de boas maneiras e regras através da religião judaica (os Talmudes). Essas regras persistem até hoje em pleno século XXI como um costume praticado a mesa. Uma dessas regras é a de repartir o pão com a mão, um hábito que ainda está presente a mais de um milênio do desenvolvimento social (VIEIRA, 2015).

O papel da etiqueta é a de permitir uma relação afável. Houve um período em que a etiqueta foi usada para marginalizar outras classes sociais e hoje esse serviço tem sido reconhecido pela sua importância na sociedade. Conservar os bons hábitos e costumes é importante, pois possibilita uma vida social mais harmônica.

A etiqueta há muito tempo era vista como um indicador de status social sendo utilizada pelas classes mais altas da corte. Hoje, a etiqueta também é vista como um sinônimo de status social, porém não excluindo nenhuma classe social como era anteriormente. A etiqueta contemporânea é inclusiva e visa uma boa educação para uma boa convivência (CÂMARA, 2022).

A etiqueta está no cuidado e respeito com o próximo, baseada em regras simples e bons costumes. É um conjunto de regras formais de tratamento entre as pessoas e que são definidas a partir do bom senso e do bom gosto. Essas regras não faz distinção estabelecendo uma classe social específica, mas o objetivo é que qualquer pessoa possa aprendê-las e fazer delas uma ferramenta a seu favor. É essencial considerar que nesse mundo altamente competitivo, a pessoa que cultiva os bons modos tem mais chances de ascensão pessoal e profissional. Todo homem afortunado sabe disso. Cabe cada indivíduo escolher qual tipo de comportamento

deseja ter, a escolha é de cada um entre o sucesso e o fracasso; entre avançar ou ficar para trás. (VIEIRA, 2015).

Segundo Patrícia Junqueira fundadora da EBE, etiqueta não é colocar uma máscara e sair por aí e ser uma pessoa que não sou. Ter etiqueta é ser eu mesma, só que ainda melhor. Não é sobre vestir um personagem, mas sim sobre você melhor no mundo. Com a etiqueta eu vou me lapidando, aprendendo várias coisas, vou tratando as pessoas melhores, me tornando uma pessoa melhor.

A base de todos os aspectos da etiqueta é a gentileza. A gentileza esta se manifesta na consideração que tenho com o meu próximo. A etiqueta é relacionar-se com as pessoas e deixa-las à vontade e se sentindo importantes. O medo de cometer gafes deixa as pessoas retraídas, porém quando sei me portar de forma adequada me sinto segura em dar atenção para as pessoas ao meu redor (TITUS, 2019).

Nada mais elegante do que se relacionar de forma educada, respeitosa, com gentileza e ter um relacionamento social saudável. Na maioria das vezes as pessoas se sentem inseguras em relação ao seu comportamento, atitudes e posturas passando por situações delicadas. Não é de bom tom esperar cometer gafes e engano para procurar ajuda e aprender. É mais recomendado e inteligente evitar que ocorram os equívocos e deslizes do que corrigir as falhas posteriormente (SILVEIRA, 2021).

Conhecer os códigos da etiqueta dará ao indivíduo mais liberdade para se situar em qualquer ocasião. A partir do momento que eu sou convidada para um evento e no convite está escrito que a festa pede traje formal e vou de maneira informal a mensagem eu estou passando é de estar transgredindo os princípios impostos e não estou compartilhando dos mesmos valores das pessoas que foram convidadas, além de se portar de forma grosseira com quem me convidou (KALIL, 2004).

A mulher que sabe aonde quer chegar e para onde quer ir usa a etiqueta no seu dia a dia para se empoderar e se desenvolver em sociedade e nos negócios. Pois a partir da etiqueta eu me torno uma mulher mais segura, agradável, elegante e agarro as oportunidades que até então pareciam difíceis de alcançar. A etiqueta é uma ferramenta de desenvolvimento humano e saber quais estratégias e imagem eu

quero passar em sociedade e no mundo dos negócios é fundamental para alcançar voos em busca dos sonhos e objetivos.

É normal sentir insegurança em relação aos comportamentos, posturas e atitudes que se devem ter, porém a etiqueta é fator necessário para ser bem-vindo, benquisto, bem-visto, correto, gentil, educado e respeitoso, além de fortalecer a autoestima (SILVEIRA, 2021).

A etiqueta social ela é o fortalecimento dos valores. É sobre comportamentos, atitudes e procedimentos que são recomendados para as pessoas que querem viver harmoniosamente no âmbito pessoal, social e profissional. A etiqueta não é sobre vestir um personagem e ostentar em sociedade, de nada vale se não houver valores peculiares que fortaleçam as amizades, os relacionamentos dentro do meu ciclo social (SILVEIRA, 2021).

A elegância está na forma como você se sente, como se pensa e como se age, como e quanto se consegue ter de honestidade, de lealdade e de compromisso com o ser humano, com a família e com a sociedade. Porta-se com elegância é um grande passo para o sucesso, é contribuir para uma sociedade mais agradável (SILVEIRA, 2021).

Quando somos elegantes o percentual de ganhos na vida como um geral é de 99,99% de sucesso garantido. Uma pessoa elegante ela consegue de destacar desde o primeiro contato e as vantagens de ser elegante é o prestígio de impactar nos pequenos detalhes, de ser respeitado, elogiado e agradável (CÂMARA, 2022).

A construção de uma imagem forte e sem ruídos vai depender de cada indivíduo em sua maneira de se comportar, se relacionar e interagir em seu convívio. Saber a diferença em ser educado, chique e elegante não é uma tarefa fácil, porém tem significados diferentes e saber identificar essas qualidades é importante para agir de acordo e se portar de forma adequada em qualquer ocasião.

Ser educado é uma obrigação. Porém quando eu escolho ser uma pessoa educada dentro dos espaços que eu convivo eu escolho respeitar, ser gentil, ser amável e não preciso de elogiado por tal.

Ser chique é usar as normas ou regras sociais de forma adequada e fortalecer a minha imagem pessoal e social. Seria um comportamento mais mecânico onde aprendo as técnicas e sei impressionar no primeiro contato.

Ser elegante compreende a todas as virtudes e bons sentimentos. Vai além de ser chique, é sobre ser. Não basta mais aparecer, tem que mostrar, tem que ser, tem que sentir. Trata-se de fazer as pessoas se sentirem mais felizes, não porque estou forçando a barra fazendo com que pareça ser, mas por porque é o que sinto... É sobre empatia. O mundo pode estar desabando, porém quando decido me tornar uma pessoa elegante eu penso no bem estar de todos a minha volta (SILVEIRA, 2021).

A etiqueta é uma ferramenta perfeita para lapidar as pessoas e tem como objetivo desenvolver o ser humano desde a maneira de vestir, falar e se comportar em sociedade e no mundo dos negócios. Além de estimular os valores, princípios e comportamentos se relacionando de forma harmônica e se tornando uma pessoa agradável, educada, bem-vinda, respeitosa e elegante nos espaços de convivência.

A etiqueta causa desconforto para quem não tem bons costumes. Significando que com a etiqueta o ser humano se torna mais gentil, carismático e compreensível. Não é meramente sobre educação, mas sobre ser distinto. Ter etiqueta é ser você melhor todo o dia como pessoa, com as pessoas e como profissional (CÂMARA, 2022).

Considerações finais

Assim com uma boa imagem pessoal precisa se adequar a diferentes ocasiões a imagem profissional também. A minha aparência ela é capaz de causar um peso implacável no julgamento das pessoas. A chance de causar uma boa impressão é única e isso acontece em questão de segundos, porém eu acredito que o que passou, passou e não volta mais. A chance que eu tive antes foi desperdiçada por falta de conhecimento, mas hoje eu tenho uma segunda chance de fazer diferente e com mais porcentagem de acertar e se destacar no ambiente de trabalho ou no meu dia a dia de acordo claro com os meus valores e princípios. Lembrando em ser estrategista em qualquer ocasião e sempre se lembrar qual imagem quero transparecer naquele dia. A nossa imagem, o nosso comportamento comunica mais do que se possa imaginar e saber qual imagem quero passar é fundamental para impressionar desde o primeiro contato.

Acredito que a etiqueta é para todos, faz parte do desenvolvimento humano e deve ser democratizada. A partir da etiqueta eu me torno uma pessoa mais segura, agradável, confiante e elegante, além de contribuir para uma sociedade melhor. Se relacionar com pessoas em diferentes ocasiões muitas das vezes gera desconforto e insegurança para algumas pessoas, porém quando domino as regras e uso a etiqueta como ferramenta ela pode abrir portas e oportunidades nunca pensadas.

A mulher caminha em sociedade trazendo sentido as suas vidas e indo em direção aos seus sonhos e objetivos. Hoje saindo de uma posição de fragilidade e impotência a assumir riscos, quebrar barreiras, optar pelo seu crescimento profissional gerindo suas carreiras e governando suas próprias vidas. Cabe lembrar que assim como na vida pessoal no mundo dos negócios, as roupas são armaduras que ajudam a passar uma mensagem de força. E saber qual imagem profissional desejamos passar é fundamental para uma vida profissional cheia de primeiras impressões.

A etiqueta é para todos. Não é sobre vestir um personagem, e sim sobre ser você cada dia melhor. E toda imagem que cultivamos em sociedade é uma forma de se comunicar. Nada mais elegante do que se relacionar de forma educada, respeitosa, com gentileza e ter comportamentos sociais saudáveis.

Referências Bibliográficas

BRASIL, Ministério da Educação, (2000) Educação Profissional: Referenciais Curriculares Nacionais da Educação Profissional de Nível Técnico. Brasília, MEC. Documento eletrônico. Disponível em: <<http://portal.mec.gov.br/setec/arquivos/pdf/imagpess.pdf>>. Acesso em 10 de Setembro de 2022.

AGUIAR, Titta. Personal stylist: guia para Consultores de Imagem. São Paulo: Senac São Paulo, 2003.

ALMEIDA, Lara. Psicologia Fashion: consultoria de estilo, imagem e marca pessoal – integrando a aparência com a essência! / Lara Almeida. – 1. Ed. - Belo Horizonte: Editora Dialética, 2020. 172 p.

BAGUETE. Estratégia de imagem: qual é a sua? Documento eletrônico. Disponível em: <<https://www.baguete.com.br/noticias/06/07/2018/estrategia-de-imagem-qual-e-a-sua>>. Acesso em 10 de Setembro de 2022.

BATTISTI, Patricia. Empreendedorismo./ Patricia Battisti; Greici Weinzierl. Cuiabá: UAB/EdUFMT, 2010. Documento eletrônico. Disponível em <<https://www.ufsm.br/app/uploads/sites/342/2020/04/EMPREENDEDORISMO.pdf>>. Acesso em 01 de Outubro de 2022.

BLOG, Carreiras. O que é uma imagem profissional e como ela pode influenciar nas oportunidades no mercado de trabalho, 2021. Documento eletrônico. Disponível em <<https://blogcarreiras.cruzeirosuleducacional.edu.br/imagem-profissional/>>. Acesso em 30 de Setembro de 2022.

CÂMARA, Daniella. Etiqueta: passo a passo / Daniella Câmara. – São Paulo, SP:Ed. Lux, 2022.

CIP- BRASIL. O livro do feminismo / colaboração Hannah McCann... [et al] ; tradução Ana Rodrigues. – 1. Ed. – Rio de Janeiro: Globo Livros, 2019 : il. (As grandes ideias de todos os tempos).

COSTA, Diogo Oliveira. Etiqueta e Cerimonial: Do rústico ao refinado. ENCICLOPÉDIA BIOSFERA, Centro Científico Conhecer - Goiânia, vol.7, N.12; 2011. Documento eletrônico. Disponível em <<https://www.conhecer.org.br/enciclop/conbras1/Etiqueta.pdf>>. Acesso em 22 de Setembro de 2022.

COUTINHO Loiola, Camila. Mulher empreendedora: Dificuldades e preconceitos. Rio de Janeiro, 2016. 50p. Trabalho de Conclusão de Curso – Departamento de Administração. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Documento eletrônico. Disponível em <<https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/29910/29910.PDF>>. Acesso em 22 setembro. 2022.

DANTAS, Tay. Liderança feminina: 8 brasileiras que são líderes de sucesso. G4 Educação, 8 de março de 2022. Documento eletrônico. Disponível em <<https://g4educacao.com/portal/lideranca-feminina/>>. Acesso em 22 Setembro de 2022.

EBE. Escola Brasileira de Etiqueta. Documento eletrônico. Disponível em < https://www.escolabrasileiradeetiqueta.com.br/?gclid=CjwKCAjw-L-ZBhB4EiwA76YzOb_CnM_Sz1R3m2ar9fH8TQ9Bigaj7ne27KypoU2waqPzgg_CT011choCX3EQAvD_BwE> Acesso em 18 de Setembro de 2022.

FLORIANI, Flavia Monique. ; MARCANTE, Márgara Dayana da Silva; BRAGGIO Laércio Antônio. Auto-Estima e Auto-Imagem: A relação com a estética, “s.d.” Documento eletrônico. Disponível em: < <https://siaibib01.univali.br/pdf/Flavia%20Monique%20Floriani,%20M%C3%A1rgara%20Dayana%20da%20Silva%20Marcante.pdf> >. Acesso em 10 de Setembro de 2022.

HALLAWELL, Phillip. À mão livre: a linguagem visual / Phillip Hallawell. – São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2017.

LIMA, Cibele Ramos. Consultoria de imagem: uma proposta de imersão / Cibele Ramos Lima. - - 2014.

PEZZOLO, Dinah Bueno. Moda fácil: guia de estilo para todas as ocasiões / ilustrações Anta Ljung. São Paulo: Códex, 2003.

ROTHMAN, Lauren A. A bíblia do estilo; tradução: Patrícia Azeredo. – 1. Ed. – Rio de Janeiro: BestSeller, 2014.

SEBRAE. Mas afinal, o que é empreendedorismo? Documento eletrônico. Disponível em: < https://www.sebrae-sc.com.br/blog/o-que-e-empreendedorismo#:~:text=Empreendedorismo%20%C3%A9%20a%20capacidade%20que,impacto%20no%20cotidiano%20das%20pessoas_>. Acesso em 10 de Setembro de 2022.

SÓLIDES. O futuro é delas: o diferencial das mulheres no mercado de trabalho. Equipe de conteúdo Sólides, atualizado em 14/03/2022. Disponível em: < https://blog.solides.com.br/mulheres-no-mercado-brasileiro/?utm_term=&utm_campaign=pareto.aw.gsn.general{blog}{LDt}&utm_source=adwords&utm_medium=ppc&hsa_acc=5023217460&hsa_cam=12550667912&hsa_grp=129846598923&hsa_ad=591926408615&hsa_src=g&hsa_tgt=dsa1466823538259&hsa_kw=&hsa_mt=&hsa_net=adwords&hsa_ver=3&gclid=Cj0KCQjwj7CZBhDHARIsAPPWv3d3TZ5HPzgvSkhNRSEVAC2HtffQwKHYKJvbhzB9yvtnmZbeK_1gguAaAqk2EALw_wcB>. Acesso em 22 de Setembro de 2022.

UNOPAR. 6 mulheres empreendedoras para te inspirar a abrir seu negócio. Unopar, Junho 8, 2020. Atualizado em Maio 19, 2022. Disponível em <https://blog.unopar.com.br/mulheres-empreendedoras/?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=Unopar-EAD%3A%3AL3%3A%3ADisplay%3A%3APerformance-Max%3A%3ACursos%3A%3ARoas&gclid=Cj0KCQjwj7CZBhDHARIsAPPWv3dGXzAPVM8mGJxdPCSbpK8BoktdPN1F7cyXEvyAlJvXpvrolCPxEgaAjZCEALw_wcB>. Acesso em 22 Setembro de 2022.

VIEIRA, Dayane Cristine Imagem e etiqueta /Dayane Cristine Vieira. Indaial : UNIASSELVI, 2015. Documento eletrônico. Disponível em <<https://www.uniasselvi.com.br/extranet/layout/request/trilha/materiais/livro/livro.php?codigo=19317>>. Acesso em 23 de Setembro de 2022.

