

A DINÂMICA DA VIDA E O VESTIR-SE: REFLEXÕES SEGUNDO A CONTRIBUIÇÃO DA ONTOPSICOLOGIA¹

Douglas Pereira dos Santos²

Resumo: Na cultura da civilização moderna atual, vestir-se é uma ação que se faz necessária diariamente. Cada pessoa com seus particulares possui um estilo de vida, um gosto próprio, uma personalidade e um grau de refinamento estético, de maneira que isso influencia no seu modo de se vestir e se posicionar cotidianamente. Voltado para o âmbito profissional, o presente estudo objetiva abordar como a pessoa-líder, de forma útil e funcional pode utilizar da vestimenta para alcançar bons resultados no seu dia a dia, colocando a imagem pessoal ao seu favor. Deste modo, foi realizada uma pesquisa bibliográfica que aborda o tema da moda, do vestir-se e da imagem pessoal, que é tão relevante em um momento em que a imagem na era digital e contemporânea tem se tornado muito significativa. O estudo traz como principal referência teórica as contribuições vindas da Ciência Ontopsicológica, que dialogam com o pensamento de outros autores, visto que, antes de administrar bem algo, é preciso conhecer e administrar a si mesmo de modo inteligente a valorizar a pessoa e os seus relacionamentos pessoais e profissionais.

Palavras-chave: vestir; líder; moda; estilo; Ontopsicologia.

The dynamics of life and dressing: reflections according to the contribution of ontopsychology

Abstract: In the culture of today's modern civilization, getting dressed is an action that is necessary daily. Each person, with their own characteristics, has a lifestyle, their own taste, a personality and a degree of aesthetic refinement, so that this influences their way of dressing and positioning themselves on a daily basis. Aimed at the professional scope, this study aims to address how the leader, in a useful and functional way, can use clothing to achieve good results in their daily lives, putting their personal image in their favor. In this way, a bibliographical research was carried out that addresses the topic of fashion, dressing and personal image, which is so relevant at a time when image in the digital and contemporary era has become very significant. The study brings as its main theoretical reference the contributions coming from Ontopsychological Science, which dialogue with the thoughts of other authors, since, before managing something well, it is necessary to know and manage oneself in an intelligent way to value the person and their loved ones. personal and professional relationships.

Keywords: wear; leader; fashion; style; Ontopsychology.

La dinámica de la vida y el vestir: reflexiones según el aporte de la ontopsicología

Resumen: En la cultura de la civilización moderna actual, vestirse es una acción necesaria a diario. Cada persona, con sus propias características, tiene un estilo de vida, un gusto propio, una personalidad y un grado de refinamiento estético, de modo que esto influye en su manera de vestir y posicionarse en el día a día. Dirigido al ámbito profesional, este estudio pretende abordar cómo el líder, de forma útil y funcional, puede utilizar la ropa para conseguir buenos resultados en su día a día, poniendo a su favor su imagen personal. De esta manera, se realizó una investigación bibliográfica que aborda el tema de la moda, la vestimenta y la imagen personal, tan relevante en un momento en el que la imagen en la era digital y contemporánea ha cobrado mucha importancia. El estudio trae como principal referente teórico los aportes provenientes de la Ciencia Ontopsicológica, que dialogan con el pensamiento de otros autores, ya que, antes de gestionar bien algo, es necesario conocerse y gestionarse inteligentemente para valorar a la persona y a sus relaciones profesionales.

Palabras clave: tener puesto; líder; moda; estilo; Ontopsicología.

¹ Originalmente elaborado como requisito para aprovação na disciplina Projeto Pequena Tese I, no ano de 2019.

² Graduando em Ontopsicologia (AMF). E-mail: douglassantos00350@gmail.com.

1 Introdução

O presente trabalho tem como tema a dinâmica da vida e o vestir-se: reflexões segundo a contribuição da Ontopsicologia. Motiva-se pela necessidade de abordar como a vestimenta impacta o cotidiano de cada pessoa, sobretudo dando ênfase à figura do Líder, da pessoa que ocupa um cargo ou posição de relevância, seja em âmbito empresarial ou social.

A fisionômica é a primeira realidade de impacto com o outro, com o mundo. A apresentação pessoal é indispensável para que se chegue à própria realização pessoal, ao resultado desejado, para que se possa transmitir a própria ambição, garbo e cuidado consigo mesmo. Trata-se do dar valor a si próprio através de boas escolhas estéticas.

Através de estudos bibliográficos, foi realizada uma análise a respeito do modo de vestir-se do Líder em âmbito empresarial e pessoal, e de que maneira a vestimenta impacta o *business*, as relações pessoais, e o que ela pode revelar de quem a veste. Busca-se trazer recortes do vestir, da psicologia por trás das roupas, da relação entre vestimenta e função exercida pelo indivíduo, e ainda de que maneira se pode melhorar a própria apresentação pessoal. Visa-se a força entre o hábito de vestir-se e como isso pode ajudar o sujeito Líder a colher melhores resultados usando a sua imagem pessoal ao seu favor.

2 O vestir

O vestir é um modo de comportamento, de cultura, de elegância, de egoísmo vital, que faz parte do cotidiano de cada pessoa desde o seu nascimento. E neste ato de vestir-se e escolher

as peças está explícita a relação com o mundo da moda e o estilo pessoal. A moda é uma função social de permanência constante, desde a antiguidade fazer-se belo através da vestimenta foi algo procurado com intensidade.

O modo como a pessoa se veste pode influenciar no seu sucesso ou no seu fracasso, no aspecto pessoal ou profissional, ou mesmo na busca de uma oportunidade de trabalho, sendo importante considerar aspectos da boa aparência pessoal:

A importância da “boa aparência” nos dias atuais, em tempos de supervalorização da imagem, é fundamental para o convívio social das pessoas. Constituir uma “boa imagem” torna-se fundamental no mundo das essencialidades, na busca por satisfatórias relações interpessoais, pelo que se vê, na forma como se apresenta e no que parece ser (Floriani; Marcante; Braggio, 2014, p. 2).

Entender como o modo de se vestir pode ser um instrumento positivo para se alcançar bons resultados no dia a dia é fundamental para a formação de relações pessoais de valor, e para a compreensão de que toda roupa transmite uma mensagem a respeito de quem a usa: se a mesma faz conformidade à própria *identidade*³ estética original da pessoa e é funcional ao indivíduo, ou se faz “ruído de imagem” diante da mensagem que a pessoa deseja transmitir.

No que diz respeito ao vestir, afirma o fundador da Ontopsicologia: “O fato de vestir-se sendo a si mesmo, mas na função que se deve desenvolver, é um ato de responsável profissionalismo estético” (Meneghetti, 2017, p. 91). De modo que se use o vestuário adequado para cada função, não se considera

³ Lat. *Id quod est ens* = o que o ser é aqui, assim e agora. MENEGHETTI, A. Dicionário de Ontopsicologia. 2. ed. Recanto Maestro: Ontopsicológica Editora Universitária, 2012, p. 130.

uma questão de dinheiro, porém de bom gosto de saber combinar e proporcionar as peças, cores, tecidos, acessórios, acima de tudo uma atitude de autenticidade de conformidade consigo mesmo, de estar ligado com o próprio interior, com seu estilo pessoal exclusivo.

Vestir-se de acordo com a moda não é errado, pois o estereótipo já foi criado pelas grandes grifes do mundo e da indústria *fashion*⁴, dentro do mercado, do consumismo. É uma segurança, contudo, seria como se o sujeito dissesse que não sabe vestir-se, que não se conhece, por isso encontra segurança de andar “na moda” conforme a massa social. Para colher o próprio estilo efetivamente leva-se tempo:

Para chegar a vestir-se como alguém, necessita-se tempo: chega-se depois dos 40 anos, antes é difícil. Aprendendo as diversas coisas um dia se chega a colher o próprio estilo, o próprio modo de ser belos e profissionais, por isso a estética, no final, é consequência da própria maturidade (Meneghetti, 2017, p. 89).

Ao coordenar um grupo de pessoas, dirigir uma empresa, ir à busca de excelentes resultados, é preciso buscar ser um bom líder. Para um líder é importante conhecer o próprio corpo, pois este é a primeira realidade de impacto com o mundo, ou seja, é importante compreender o conjunto de corpo, voz, gestualidade e vestuário, pois “enquanto a comunicação verbal ocorre quando falamos, a visual ocorre o tempo inteiro, seja pela roupa que usamos, seja por nossos gestos e expressões” (Correia, Barreto, 2020, p. 39). Meneghetti posiciona o conceito de líder da seguinte forma: “O líder é aquele que sabe servir, que sabe fazer funcionar a harmonia das

relações entre os operadores do contexto empresarial ou outro, para que exista o máximo de produção específica ou resultado integral” (Meneghetti, 2012, p. 150). Para um líder, sobretudo no trabalho, é importante que esteja vestido de modo que sua imagem projete boas impressões, e que ela cumpra o papel de transmitir uma mensagem objetiva:

A roupa, a maquiagem e os acessórios que você usa para trabalhar podem ajudar a apresentar uma forte imagem profissional e influenciar positivamente suas interações nos negócios. Saber que a roupa que você escolheu apoia e reforça a impressão que você espera criar vai fazer você se sentir mais confiante e mais capaz de se afirmar (Fischer-Mirkin, 2001, p. 91).

Para se chegar a resultados positivos, não somente no âmbito pessoal, mas também empresarial, a vestimenta tem parte tão importante quanto o aperto de mão para se fechar um negócio, porque é preciso transmitir de modo correto a mensagem a respeito da própria ambição, espírito de equipe, criatividade e entusiasmo.

Especialmente para um empresário, é importante saber que sua fisionomia é fundamental, e é imprescindível saber usá-la a seu favor para que tenha sucesso nas diversas relações e também no próprio *business*.

3 A psicologia por trás das roupas

Por meio da vestimenta é possível entrar em contato com as próprias emoções e com o sentido da própria identidade. A pessoa pode querer parecer madura, conservadora, inteligente, aventureira, provocadora e ainda assim cada uma dessas aparências pode refletir honestamente como a pessoa de fato é.

Gianni Versace, que foi *designer* de moda e fundador da grife italiana *Versace*, dizia que:

⁴ Tradução do inglês = moda. MICHAELIS, Moderno Dicionário inglês-português, português-inglês. 2. ed. São Paulo: Companhia Melhoramentos, 2006, p. 1362.

“Nossa imagem externa é nosso mensageiro, uma declaração pública. Alguns disfarces estão fortemente ligados aos nossos medos mais íntimos” (Versace *apud* Fischer-Mirkin, 2001, p. 19). Quando se transmite uma imagem forte, todo o resto muda e se transforma para melhor. Portanto, vestir-se de maneira independente significa que a pessoa está bastante segura de si para formar as próprias opiniões e aberta às ideias dos outros, estes que são pontos importantes para um grande líder.

Para Antonio Meneghetti, que foi um grande cientista e fundador da Ciência Ontopsicológica, bem como, um empresário de sucesso, estilista e fundador do movimento artístico OntoArte na década de 1970 na Itália, “(...) o modo de vestir é a qualificação da estética interior” (Meneghetti, 2017, p. 11). As escolhas expressivas estéticas que se fazem no vestir ajudam, não só a melhorar a própria imagem externa pessoal, mas a qualificar a própria estética interior, para que a pessoa refine o estilo próprio de modo a vestir-se o mais próximo do seu estilo exclusivo, destacando a sua personalidade, e se posicionando de forma autêntica no contexto em que opera.

Ainda para Meneghetti, “um ser humano realizado apresenta-se através das excelentes escolhas estéticas que faz para si mesmo. Vestir-se bem é um respeito e cuidado para consigo mesmo que, depois, reflete em respeito e estética aos outros” (Meneghetti, 2017, p. 11). Vestir-se bem não é somente um modo de cuidado para si próprio, mas é também demonstrar importância para com o outro, em estar com uma roupa adequada para cada ocasião e momento, em ordem, ter estima, elegância, bom gosto, refinamento, para que se tenha resultados positivos com a

própria fisionômica. A imagem comunica e se deve ter claro qual a mensagem que se deseja transmitir usando determinada roupa.

4 A vestimenta e suas funções

No âmbito empresarial cada profissão adere a um código de vestimenta, alguns mais conservadores como a advocacia, o governo, corporações e bancos determinam demarcações mais rigorosas a respeito do vestir. Por outro lado, campos mais criativos como a indústria editorial, mídia, designers, arquitetos entre outros aderem a uma individualidade e inovação com diferentes conceitos e produções de suas roupas, cada área de atuação pressupõe um certo tipo de *dress code*, para manter um “padrão” de como a pessoa deve se vestir e se apresentar em determinados lugares.

O vestuário é um fato social, pois as vestes traduzem em parte como somos e o que pensamos. A vestimenta revela muito de uma época, de uma sociedade, de uma manifestação ideológica, mas, especialmente de quem a coloca. Do modo como uma pessoa se veste, verifica-se como pensa, como se imposta e o que quer comunicar naquele momento, naquela ocasião. Uma roupa pode ser agressão, desprezo, doença, luz, ou uma infinidade de situações, vai depender de como a pessoa usa aquela determinada roupa naquela determinada situação. A roupa é sempre neutra, ela ganha “poder” e significado conforme o sujeito se impõe usando determinadas peças.

É preciso considerar que cada pessoa se identifica de uma forma diferente, por isso algumas têm dificuldade em alinhar a sua imagem podendo não se sentir confiante, e fazendo a escolha errada de artigos que não

agregam à sua personalidade (Maximiano, 2019). A roupa, por transmitir e expressar sempre uma mensagem, ainda que de maneira inconsciente, ou obviamente declarada, é importante que a pessoa saiba fazer as escolhas mais adequadas para cada tipo de momento e situação. Sobretudo o líder, no ambiente empresarial ou contexto de trabalho e também nas relações privadas, deve estar atento aos detalhes da sua imagem pessoal. Não pode se apresentar de modo descuidado ou desalinhado, mesmo se usa uma roupa mais básica ou simples, esta deve reforçar a sua *persona* e inteligência, garantindo sempre a credibilidade de si mesmo.

Apresentar-se de modo personalizado em sintonia com o seu corpo, sua beleza, e estética, é tarefa indispensável àquela pessoa que busca uma liderança de sucesso, “cada um com seu estilo, de acordo com cada ocasião, mas construindo uma presença de luz e senhoria de inteligência a partir da vestimenta” (Meneghetti, 2017, p. 11). Saber usar a fisionômica em vantagem própria, impostando a própria inteligência, ganhando a confiança do contexto e do ambiente em que se está inserido, a vestimenta deve estar sempre alinhada com o propósito e com ideias que se quer transmitir, sempre reforçando aquele discurso que o líder projeta. Caso posicione o discurso de um modo e a imagem pessoal de um outro modo, não existe umnexo, e a pessoa pode acabar não conseguindo transmitir a sua mensagem ao mundo de forma clara e objetiva.

É preciso também considerar que, segundo como a pessoa é ordenada dentro de si mesma, assim ela veste-se ordenada por fora, e por quanto é desordenada, do mesmo modo faz confusão no seu vestir. “O líder deve saber

usar sua fisionômica como instrumento de apresentação social da sua personalidade em reforço ao conhecimento administrativo” (Amantino, 2014, p. 2). Na dimensão de ordenar a si mesmo no que diz respeito a sua própria imagem pessoal, afirma depois que o líder pode também gerir com estética, refinamento e bom gosto as suas relações de trabalho e negócios, sempre em vantagem própria de realização histórica.

Vestir-se bem não significa necessariamente estar em consonância com a moda do momento, mas estar em sintonia com o próprio estilo, com o próprio perfil, com a própria identidade, com o escopo e finalidade que se deseja comunicar:

As roupas, acessórios e demais elementos de moda, como perfume e recursos relacionados à beleza, têm um papel fundamental na hora de comunicar o que desejamos e de minimizar efeitos que estão fora do nosso controle e não podem ser mudados. Mas, para que isto seja feito com assertividade, é importante saber quais sinais devem ser passados e ser coerente em todos os pontos de contato, tendo conhecimento, principalmente, aonde se quer chegar (Maranhão; Gonçalves, 2019, p. 7).

Conhecendo a si mesma a pessoa tem a capacidade de lapidar e aperfeiçoar o próprio estilo, sabendo que tipo de tecido, de estampa, de cores, de modelagem que lhe agradam, para poder se vestir de modo mais autêntico e original.

A moda é um estereótipo⁵ compartilhado por todos, isso significa que, se alguém está vestido conforme o estereótipo ninguém pode julgar. É importante vestir-se de modo a se sentir bem o mais próximo possível do próprio

⁵ Um modelo de comportamento geral que se faz referência de outros semelhantes e que se torna valor de apoio para individualizar segurança e razão dialética com a sociedade. MENEGHETTI, A. **Dicionário de Ontopsicologia**. 2. ed. Recanto Maestro: Ontopsicológica Editora Universitária, 2012. p. 99.

estilo e ter conhecimento de que estilo é diferente de moda. O estilo vem de dentro para fora, é algo mais pessoal, particular e subjetivo, a moda é algo mais mercadológico, é tendência, é aquilo que todo mundo usa, que ganha as ruas e que impõe certos padrões. O estilo dá a liberdade da pessoa escolher aquilo que é funcional, que agrada.

A moda passa e o estilo não. Este é adquirido com o tempo, não se pode comprar como a moda, é uma cultura individual interior de cada pessoa, cada um tem seu estilo, de modo e de acordo com cada ocasião, sempre buscando construir uma presença de inteligência e seriedade e compromisso a partir da própria vestimenta.

Certamente, vestir um ser humano não é fácil. Defino moda funcional qualquer ornamento que o sujeito use para melhorar a sua posição, a sua presença. Portanto, podemos falar de boa moda quando são sublinhados os dotes naturais do sujeito. A moda deve ter uma funcionalidade física e, depois, um reforço para dar uma funcionalidade também de apoio estético ao sujeito (Meneghetti, 2003, p. 325).

A roupa e os demais ornamentos que junto da fisionômica da pessoa compõem a sua imagem externa devem ser funcionais, especialmente para que se tenha uma boa presença no meio e contexto em que o sujeito se encontra. Porque é uma exigência do ser humano se sentir exaltado, como personalidade distinta e exemplo para os outros, assim sendo, a sua imagem pessoal deve estar coerente com o seu propósito.

No entanto, preservar a própria personalidade como também o próprio modo de falar, gesticular, ser refinado faz do líder uma pessoa evidente e distinta, porque a beleza interior e exterior são resultados da arte de se cultivar a própria inteligência, sempre através de um miricismo cotidiano. Estando atento

aos detalhes, às pequenas coisas, o indivíduo consegue chegar ao nível superior de percepção estética e beleza.

O vestir é por fim um processo de transformação diária em que é preciso saber gerir a própria imagem para uma vida funcional na qual se chegue a um resultado que aumente a identidade e qualifique o sujeito, para que este consiga reforçar a própria Identidade Ôntica.

A partir do momento em que se consegue gerir a imagem, chega-se ao resultado desejado. Neste caso, a imagem pessoal conduzida de forma coerente, síncrona, sadia e funcional, referindo-se ao líder, leva o mesmo a um nível superior de sucesso e realização ao escopo empresarial e também pessoal.

5 Considerações Finais

A partir dos autores estudados chega-se à seguinte conclusão: é importante saber escolher a roupa ideal para cada ocasião e ambiente e que isto é uma questão de inteligência, refinamento do próprio estilo exclusivo, de elegância, bom gosto, porque a partir da fisionômica se pode conquistar e obter excelentes resultados de imediato, com as boas escolhas estéticas. Isso se dá pois forma como a pessoa se veste revela aspectos e traços de sua personalidade, *lifestyle*, autoestima, saúde e segurança.

A vestimenta pode valorizar a pessoa e facilitar os relacionamentos, bem como o *business*. Porque quando o sujeito comunica a sua identidade visual junto de boas expressões, o outro tem uma melhor impressão de quem se é, quais os objetivos, e o que se pretende alcançar. Deste modo, as pessoas que buscam uma posição de liderança necessitam estar

alinhadas e vestidas de modo coerente no momento de apresentarem-se, como forma a aperfeiçoarem a própria inteligência e alcançarem os propósitos e objetivos desejados.

Por fim, é preciso conhecer o próprio corpo, pois este é a primeira realidade de impacto com o mundo. É essencial compreender que a roupa faz o sujeito de modo que esta revela vários aspectos como o emocional, o ideológico e o social, e estar atento se a roupa é funcional, de valor, não no sentido capitalista, mas de valor de inteligência, de vida, se ajuda e valoriza a própria imagem. As roupas devem ser funcionais, para reforçar o próprio potencial de saber e fazer para que se consiga conquistar bons resultados.

Referências

- MENEGHETTI, A. **Psicologia do Empresarial**. São Paulo: FOIL, 2013.
- MENEGHETTI, A. **Dicionário de Ontopsicologia**. Recanto Maestro: Ontopsicológica Editora Universitária, 2012.
- MENEGHETTI, A. **OntoArte: O Em Si da Arte**. Florianópolis: Ontopsicológica Editrice, 2003.
- MENEGHETTI, A. **Jovens e Realidade Cotidiana**. Recanto Maestro: Fundação Antonio Meneghetti, 2017.
- MENEGHETTI, A. **A Riqueza como Arte de Ser**. Recanto Maestro: Fundação Antonio Meneghetti, 2016.
- FUNDAÇÃO ANTONIO MENEGHETTI. **Ontopsicologia: Ciência Interdisciplinar – vol. III**. Recanto Maestro, Fundação Antonio Meneghetti, 2017.
- AMANTINO, B. **Estética como Reforço da Própria Identidade**. São Petersburgo – RU, 2014.
- FISCHER-MIRKIN, T. **O Código do Vestir: Os Significados Ocultos da Roupa Feminina**. Rio de Janeiro: Editora Rocco, 2001.
- MENEGHETTI, A. **Antonio Meneghetti e a Moda OntoArte**. Recanto Maestro: AM STILE BRASIL, *Edição Especial 10 anos*.
- MICHAELIS, Moderno Dicionário Inglês-português, Português-inglês. 2. ed. São Paulo: Companhia Melhoramentos, 2006.
- FLORIANI, F. M.; MARCANTE, M. D. S.; BRAGGIO, L. A. **Auto-estima e auto-imagem: A relação com a estética**, 2014.
- CORREIA, T. S.; BARRETO, S. M. C. **Estratégias de Estilo: Na Construção da Marca Pessoal**, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.22408/reva50202085436-45>.
- MAXIMIANO, T. D. **Visagismo, Estilo Pessoal e Consumo**. 2019. Disponível em: <http://repositorio.unesc.net/handle/1/8692>.
- MARANHÃO, J. M. A.; GONÇALVES, L. P. D. A importância da imagem pessoal para diferenciação do empreendedor criativo no mercado de trabalho. **Revista Belas Artes**, v. 29, n. 1, 2023. Disponível em: <https://revistas.belasartes.br/revistabelasartes/article/view/399>.