



X SALÃO DE PESQUISA SETREM

SAPOS

PESQUISA PROMOVENDO DESENVOLVIMENTO

14ª SALÃO DE INDICAÇÃO CIENTÍFICA
12ª MOSTRA ETADUAL DE TRABALHOS DE PESQUISA DA EDUCAÇÃO BÁSICA
12ª MOSTRA ETADUAL DE PESQUISA DA EDUCAÇÃO PROFISSIONAL
11ª JORNADA DE PESQUISA
8ª FEIRA DE INOVAÇÃO E INICIAÇÃO TECNOLÓGICA



Número do ISSN: 1981-2892

MODA E BELEZA: UMA ANÁLISE DA AUTOESTIMA

Trabalho de: ALINE COMPAGNON (alinecompagnon@hotmail.com), CLEUSA ROSANE DE MELO (luispascotine@hotmail.com), KARINE STROHSCHON RICHTER (kk-kilida@hotmail.com).

Orientado por: GILVANI SCHMIDT HOFFMANN NOREMBERG (gilvaninoreMBERG@yahoo.com.br).

Sociedade Educacional Três de Maio – SETREM.

Resumo:

O presente trabalho tem como objetivo analisar a autoestima do público feminino através das concepções básicas de moda, agregada a beleza estética da mulher, possibilitando a realização pessoal. No mundo de hoje a mulher, precisa ser mãe, ser esposa, ser profissional e, ser mulher. No entanto, passou a assumir compromissos cada vez maiores, restringindo seu tempo para cuidar do seu bem estar e manter sua autoestima. Certamente, a autoestima da mulher passa pela moda, pela beleza estética, as quais proporcionam felicidade em sua plenitude. A autoestima é sinônimo de segurança, independência e felicidade, no entanto, quando a autoestima está em baixa é possível notar a sensação de incapacidade e negatividade em relação ao trabalho, a vida pessoal e até mesmo com o condicionamento físico. Sentimento este, que é capaz de transformar qualquer pessoa. É possível resgatar a autoestima através da moda? Sendo a moda uma tendência de consumo da atualidade e a beleza um conceito abstrato e mutável diretamente relacionado à eterna busca da perfeição, impossível não observar os ensinamentos relacionados à autoestima. Esta, por sua vez, se reflete pelo sentimento de valor que uma pessoa tem de si mesma, perante a capacidade de se realizar e de ser feliz. Para alcançar os objetivos da pesquisa, além do conceito de autoestima, é necessário analisar dois componentes: o sentimento de competência pessoal e o sentimento de valor pessoal, pois a autoestima é a soma da autoconfiança com o auto-respeito. No entanto, trata-se de uma pesquisa qualitativa exploratória, pois, visa o aspecto subjetivo da autoestima feminina atrelada à moda, com o intuito de proporcionar maiores informações sobre o assunto. Será realizada uma pesquisa bibliográfica para elencar elementos de caráter interpretativo, dentre eles: conceitos relacionados à autoestima, estética, moda e beleza. E, uma pesquisa de campo, objetivando coletar dados, onde eles efetivamente ocorrem de forma sistematizada e organizada. Para a coleta de dados, será aplicado um questionário para: 30 pessoas da classe “B”; 30 pessoas da classe “C” e; 30 pessoas da classe “D”. Através desta pesquisa, pretende-se refletir sobre a seguinte questão: a autoestima pode estimular a necessidade do consumo de moda e beleza; a autoestima pode proporcionar meios para que a mulher se realize no contexto feminino, além da constituição da família, a realização profissional, seu bem estar no vestir e no sentir, representado pela moda e estética.

Palavras chaves: autoestima, moda, estética.

Referências

- FRANCINI, Chritiana. Segredos de estilo: um manual para você ficar sempre bem. Alegre BB, 2002.
- KALIL, Glória. Chic: um guia básico de moda e estilo. São Paulo: Gráfica SENAC, 2004.
- FERRARI, Ana Paula. Beleza à venda: auto-estima não tem preço. Brasília: Thesaurus, 2008.