

SE (RE)VESTINDO NA PÓS-GESTAÇÃO

Dressing up in the post-pregnancy period

Almeida, Juliana Yuri Igarashi Ribeiro de; Mestre; juyuri.ira@gmail.com¹
Prizão, Alba Abreu; Pós-graduada; albaprizao@gmail.com²

Resumo: Este artigo explora a importância da consultoria de imagem no período pós-gestação, destacando práticas que promovem autoconfiança e satisfação com a aparência entre as mulheres nessa fase. A pesquisa revela como a consultoria de imagem pode auxiliar na adaptação às mudanças corporais e na reconstrução da identidade pessoal e maternal. As descobertas apontam para a relevância de uma abordagem empática e personalizada, que considere as complexidades emocionais e culturais envolvidas, contribuindo significativamente para o bem-estar das novas mães.

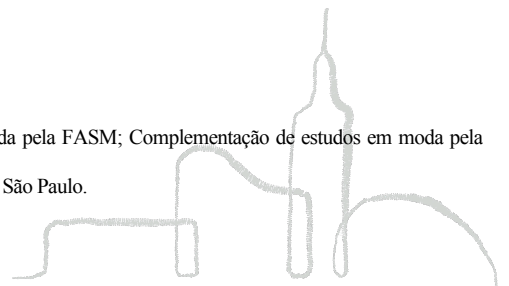
Palavras chave: Consultoria de imagem; maternidade; aparência.

Abstract: This article explores the importance of image consulting in the post-pregnancy period, highlighting practices that promote self-confidence and satisfaction with appearance among women during this phase. The research reveals how image consulting can assist in adapting to bodily changes and rebuilding personal and maternal identity. The findings point to the relevance of an empathetic and personalized approach that considers the emotional and cultural complexities involved, significantly contributing to the well-being of new mothers.

Keywords: Image consulting; motherhood; appearance.

¹ Juliana Yuri Igarashi Ribeiro de Almeida, é mestre em Design pela UAM; especialização Styling e Imagem de Moda pela FASM; Complementação de estudos em moda pela FAAP; graduação em Arquitetura e Urbanismo pelo MACK.

² Alba Abreu Prizão, é pós-graduada em Moda e Criação pela FASM e formada em Administração pela Universidade de São Paulo.



Introdução

A consultoria de imagem tem emergido como um recurso para a promoção da autoconfiança e da satisfação com a aparência pessoal, especialmente em momentos críticos da vida, como o período pós-gestação. Durante e após a gestação, muitas mulheres enfrentam mudanças corporais significativas que podem impactar sua autoimagem, afetando, por consequência, sua saúde mental e bem-estar geral. A forma como essas mudanças são abordadas, tanto pelas próprias mulheres quanto pelos profissionais que as acompanham, pode ter um impacto profundo na recuperação emocional e na aceitação do novo corpo.

Neste contexto, o presente artigo busca explorar a importância da consultoria de imagem no período pós-gestação, enfatizando a necessidade de práticas que possam ser implementadas para auxiliar os profissionais da área a desenvolverem abordagens mais gentis, acolhedoras e sensíveis às necessidades emocionais e físicas das mulheres nesse momento. O objetivo é promover a autoconfiança e a satisfação com a aparência, valorizando a singularidade de cada mulher e contribuindo para o seu bem-estar integral. A consultoria de imagem pode, portanto, atuar como uma ferramenta de suporte não apenas estético, mas também emocional, auxiliando as mulheres a lidarem de maneira mais positiva com as transformações que acompanham a maternidade e a fortalecerem sua identidade pessoal.

A pesquisa adota uma metodologia empírica e dedutiva, empregando abordagens quantitativas e qualitativas para oferecer uma maior compreensão do tema. Foi realizada uma revisão bibliográfica que abrange estudos que discutem o papel da moda e da imagem pessoal em relação às mudanças corporais e à construção da identidade. Para embasar a discussão teórica, os autores Crane (2006) e Miranda (2008) contribuem para a compreensão da relação entre a aparência, a moda e as expectativas sociais e culturais associadas ao corpo feminino.

Além disso, colocamos em diálogo Preciosa (2012) e Almeida (2018), de modo a explorar variáveis dos processos de subjetivação de mulheres na contemporaneidade. Essas autoras ajudam a aprofundar na discussão sobre como as mulheres se constroem e se veem no contexto atual, enfrentando as complexidades das normas de beleza e dos padrões de imagem. Em seguida, são abordados aspectos relativos à compreensão do corpo e da aparência no contexto da maternidade, utilizando os estudos de Fernandez (2021) como referência para entender como a gestação e o pós parto impactam a autoimagem e a percepção de si.

Para uma análise mais aprofundada das implicações da consultoria de imagem, Souza (2023) oferece uma base para o desenvolvimento de práticas que possam ser adaptadas e implementadas de maneira mais empática e eficaz no período pós-gestacional. Em conjunto com a pesquisa realizada com 94 mulheres mães, esse estudo proporciona um entendimento mais detalhado das particularidades envolvidas no atendimento a

mulheres no pós-parto, destacando a importância de estratégias que valorizem a individualidade e promovam a aceitação positiva do corpo em transformação.

1. Imagem e aparência pós-gestação: impactos e desafios na construção da identidade pessoal

A gestação é um período marcado por transformações físicas e emocionais profundas que afetam a vida de uma mulher de maneira significativa. Durante esse processo, o corpo feminino passa por mudanças que não apenas alteram a aparência física, mas também impactam a percepção que a mulher tem de si mesma. Essas alterações podem ter um efeito em sua autoestima, influenciando diretamente o seu bem-estar. A aparência desempenha um papel fundamental na constituição da identidade pessoal, funcionando como uma interface crucial entre o indivíduo e o mundo externo (MIRANDA, 2008). Assim, a aparência não pode ser compreendida apenas como uma manifestação superficial de identidade. Trata-se, na verdade, de uma construção performativa que interage constantemente com normas sociais, expectativas culturais e dinâmicas de poder (CRANE, 2006).

No contexto contemporâneo, caracterizado por uma ênfase crescente no corpo, torna-se evidente a relevância atribuída à imagem pessoal. Para esta pesquisa, o conceito de "boa aparência" está diretamente ligado aos padrões de beleza predominantes, amplamente difundidos e estabelecidos pela indústria da moda. A partir da segunda metade do século XX, observa-se que esses padrões estão fortemente imbricados com as dinâmicas do mercado (ALMEIDA, 2018). Nesse cenário, pode-se argumentar que essa relação reforça a aparência como um imperativo, configurando-se como um elemento central para a aceitação social e a construção de uma identidade baseada, principalmente, na dimensão corporal.

Nesse sentido, as transformações na forma como apresentamos nossa imagem e nos posicionamos perante a sociedade estão intrinsecamente conectadas; essas mudanças refletem tanto uma escolha pessoal quanto uma resposta às imposições externas. A mulher, em particular, encontra-se em um processo contínuo de negociação entre a liberdade de expressão e a conformidade às expectativas sociais (PRECIOSA; 2012). É nesse contexto que a consultoria de imagem pós-gestação emerge como uma intervenção importante, ao abordar a complexa interseção entre a singularidade e o papel materno. Muitas mulheres se deparam com a questão de como equilibrar a identidade que construíram ao longo da vida com as exigências e expectativas do papel de mãe.

Essa dualidade, entre a mulher que sempre foram e a mãe que agora precisam ser, pode gerar conflitos internos, especialmente quando enfrentam pressões sociais sobre como deveriam se apresentar e comportar. Estudos mostram que essa tensão não está necessariamente ligada à dedicação à maternidade, ao fato de a

mulher trabalhar fora ou ao tempo que ela passa com os filhos. Em vez disso, reside em crenças simbólicas e culturais sobre o que significa ser uma mãe devotada (FERNANDEZ, 2021).

Essas crenças podem levar muitas mulheres a sentirem que precisam sacrificar partes significativas de suas identidades pessoais para cumprir as expectativas sociais do papel materno. Nesse sentido, a consultoria de imagem no período pós-gestação oferece mais do que orientações sobre moda e estilo; ela atua como um suporte para ajudar as mulheres a integrarem suas novas realidades com suas identidades anteriores. Ao proporcionar um espaço para que elas explorem como se sentem em relação às suas mudanças corporais e à nova fase da vida, essa abordagem pode ajudar a promover uma aceitação mais positiva do corpo em transformação e a reconstrução da autoestima.

2. Aparência materna: Uma análise das expectativas sociais e realidades vivenciadas por mães

A aparência e o vestuário de uma mãe são frequentemente influenciados por expectativas sociais profundamente enraizadas. Essas expectativas moldam não apenas a maneira como as mães são vistas pelos outros, mas também como elas se percebem em seu papel materno. Este artigo oferece uma análise das implicações práticas e sociais das percepções relacionadas à aparência e imagem materna, com base em uma pesquisa realizada com 94 mulheres, na faixa etária de 25 a 45 anos, residentes majoritariamente em grandes cidades do Brasil. A pesquisa foi conduzida por meio de um questionário estruturado, com perguntas elaboradas para captar as percepções das participantes sobre as normas sociais que definem a imagem de uma "boa mãe" em termos de vestimenta e apresentação pessoal, além de identificar as pressões sociais que enfrentam ao tentar atender a essas expectativas.

Os resultados da pesquisa indicam que a aparência e o vestuário das mães evocam imagens que são socialmente construídas e estabelecidas (Gráfico 1). Para muitas participantes, existe uma expectativa implícita de que uma "boa mãe" deve se vestir de forma mais modesta e prática, simbolizando a dedicação ao cuidado dos filhos e evitando uma aparência que possa ser percebida como excessivamente vaidosa ou autocentrada. Tais expectativas reforçam a noção de que a maternidade deve ser a principal identidade da mulher, sobrepondo-se a outras facetas de sua vida e personalidade.

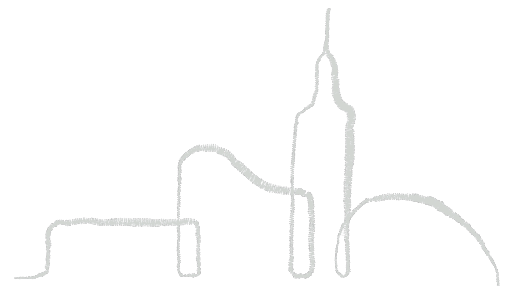


Gráfico 1: Você sente que a sociedade espera que as mães adotem uma aparência específica?



Fonte: autoria

A autora Miranda (2008) sugere que as roupas desempenham um papel duplo, sendo ao mesmo tempo públicas e privadas. No contexto da maternidade, essa dualidade é evidente: enquanto as roupas refletem as exigências práticas do cuidado com os filhos, elas também comunicam ao público uma imagem de conformidade com as normas sociais sobre o que significa ser uma mãe "adequada". Desta forma, 'a roupa viabiliza modificações na aparência, sendo um mecanismo pelo qual o corpo adquire significado. O vestir é um ato de preparar o corpo para a esfera social, tornando-o aceitável' (ALMEIDA, 2018, p.18).

A moda configura-se como um sistema simbólico que proporciona tanto oportunidades quanto restrições para a expressão individual. De acordo com Preciosa (2012), ela pode funcionar como um meio de empoderamento, permitindo que as mulheres explorem diferentes dimensões de suas identidades e desafiem normas sociais estabelecidas. No entanto, a moda também pode atuar como um mecanismo de opressão quando a conformidade a determinados padrões é imposta como uma exigência social.

As implicações sociais dessas percepções são vastas. A construção social do vestuário materno impõe às mães uma série de restrições que podem limitar sua expressão pessoal e contribuir para sentimentos de inadequação ou insatisfação com sua autoimagem. As mães, ao tentar atender a essas expectativas, muitas vezes enfrentam o desafio de equilibrar suas necessidades pessoais com as demandas impostas pelo papel materno, o que pode impactar negativamente seu bem-estar psicológico (FERNANDES, 2021).

A pesquisa também destacou questões corporais enfrentadas pelas mulheres durante a gestação e o período pós-parto. Grande parte das participantes expressou insatisfação com suas novas formas corporais, frequentemente relatando dificuldades em encontrar roupas adequadas devido a essas mudanças. A pressão para retomar o corpo anterior à gestação se mostrou recorrente, refletindo o padrão de beleza construído

historicamente. Ademais, observou-se que muitas dessas mulheres manifestam interesse em buscar ajuda profissional para reconfigurar sua autoimagem e se reconectar com suas atuais condições corporais.

No entanto, a diversidade das experiências individuais no período pós-parto e ao longo da maternidade pode não ser totalmente captada por essas percepções generalizadas. Mulheres em diferentes contextos socioeconômicos e culturais podem vivenciar a maternidade de maneiras distintas, o que aponta para a necessidade de uma compreensão mais ampla e inclusiva das múltiplas realidades enfrentadas por mães em diversas situações. Uma das limitações desta pesquisa é a sua amostra, composta majoritariamente por mulheres residentes em grandes cidades brasileiras, o que pode não refletir as experiências de mães em outros contextos. Além disso, as percepções captadas pela pesquisa são influenciadas por fatores culturais e socioeconômicos específicos do Brasil, limitando a generalização dos resultados para outras populações.

Esta pesquisa destaca a complexa interseção entre a aparência, o vestuário e o papel materno, revelando como as expectativas sociais moldam a experiência da maternidade. A aparência e as roupas das mães não são meramente funcionais, mas carregam significados profundos que afetam sua identidade social e pessoal. Ao entender essas dinâmicas, é possível promover uma abordagem mais inclusiva e empática na sociedade, que reconheça a diversidade de experiências e permita que as mães expressem suas identidades de maneira autêntica e livre de pressões estereotipadas.

3. A importância da Consultoria de Imagem Pós-gestação: o bem-estar das novas mães

Ao longo da gestação a mulher percorre um complexo e longo caminho que implica o seu desejo, a experiência de seu corpo e o lugar social atribuído à maternidade (FERNANDES; 2021). O nascimento do filho e o puerpério ampliam as dificuldades de a mulher voltar a se inserir no espaço público, pois grande parte do que lhe é atribuído como função materna deve acontecer no ambiente privado. Mas, quando vemos as roupas como uma oportunidade de transporte, de um meio que pode levar essas mulheres a outros espaços e atividades, (PRECIOSA; 2012) o trabalho da consultoria de imagem pós-gestação um papel fundamental na promoção do bem-estar das novas mães.

Privadas momentaneamente do próprio sono, lançadas a um cotidiano exaustivo, enfrentando desafios com sua identidade, essas mulheres encontram na consultoria de imagem a possibilidade de confiar à consultora a responsabilidade principal na construção e gestão da sua imagem pública e pessoal (SOUZA; 2023). A parceria entre essas duas pessoas permite que elas compartilhem a imagem a ser criada, reconhecendo e abordando as pressões simbólicas e culturais sobre a aparência e a identidade feminina.

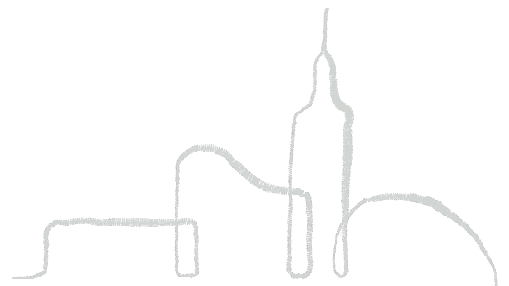
Segundo Iaconelli (2023), o corpo durante a gestação, ocupado por outro ser, alterado pela gravidez, transformado pelo parto e modificado no período pós-parto, desafia a capacidade do indivíduo de manter e reconfigurar sua relação com a própria imagem. Sendo o corpo principal forma de comunicação que concretiza o pensamento e estabelece a conexão entre a pessoa e o mundo. Por isso, apesar de alterado, este corpo será responsável pela integração do indivíduo no contexto sociocultural.

Para constituir e depois instituir uma imagem satisfatória primeiro ao cliente e depois ao destinador, a consultoria de imagem procura fazer um esquadramento corporal com intuito de criar uma nova arquitetura visual daquilo que será utilizado para revestir esse corpo com peças de roupa que estejam mais do que adequadas a ele. (SOUZA, 2023, p.185).

Essa prática oferece suporte emocional e psicológico, ajudando as mulheres a navegarem pelas mudanças associadas à maternidade de forma mais equilibrada e autêntica. O processo de consultoria de imagem tem como ponto de partida uma escuta atenta e minuciosa dos anseios, desejos e necessidades da contratante. Esta escuta ativa é primordial para aplacar o sentimento de abandono e solidão que muitas mães relatam sentir após o nascimento do primeiro filho. A identidade visual forjada a partir de uma cocriação entre essas pessoas garante a manutenção de um ambiente de confiança mútua, auxiliando o restabelecimento de vínculos sociais. Assim, contribui não apenas para a satisfação com a aparência pessoal, mas também para a construção de uma identidade maternal que coexista de forma harmoniosa com a identidade pessoal.

De acordo com Deighton-Smith (2014) mulheres que possuem maior suporte social e emocional no seu pós-parto apresentam aumento dos níveis de bem-estar em geral: estado de ânimo, disposição para atividades e qualidade de vida. Apoio de terceiros pode agir como um valioso amortecedor durante eventos traumáticos. Essa ajuda pode acontecer tanto pelas parcerias estruturais, como casamento e interações sociais com amigos e família quanto por suporte emocional tangível e informativo. O processo de consultoria de imagem além de incentivar interações sociais fora o espaço doméstico, também oferece no contato com a consultora, uma troca afetiva e instrucional.

O atendimento empático da consultora de imagem também culmina em um olhar cuidadoso sobre a organização do tempo da contratante. A consultoria não deve ser mais um fardo na rotina exaustiva dessa mulher, mas sim um refúgio criativo e relaxante. Conciliar o atendimento à rotina dessa nova mãe é imperativo para o sucesso da prática.



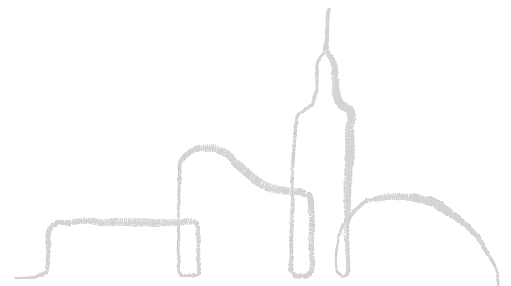
Considerações finais

Este estudo analisou o papel da consultoria de imagem no período pós-gestacional, destacando sua importância como uma intervenção que vai além da estética, atuando como um suporte emocional e psicológico para mulheres que enfrentam mudanças significativas em suas identidades corporais e sociais. Os resultados apontam que a consultoria de imagem pode ajudar as mulheres a lidar com as transformações físicas e emocionais que acompanham a maternidade, promovendo uma reconexão com suas novas realidades corporais e auxiliando na construção de uma autoimagem positiva.

A pesquisa revelou que a pressão para retomar o corpo pré-gestacional ainda é uma realidade para muitas mulheres, influenciada por padrões de beleza historicamente construídos. Neste contexto, a consultoria de imagem se apresenta como uma ferramenta que permite uma abordagem mais personalizada e empática, valorizando a individualidade e promovendo a aceitação do corpo em transformação. As práticas de consultoria oferecem um espaço seguro para que as mulheres possam explorar suas novas identidades, conciliando o papel materno com suas identidades pessoais previamente estabelecidas.

Entretanto, é importante reconhecer que a experiência da maternidade é diversa e influenciada por vários fatores sociais, culturais e econômicos. Assim, as estratégias de consultoria de imagem devem ser flexíveis e adaptáveis, levando em consideração as diferentes realidades vivenciadas pelas mulheres. A pesquisa também aponta para a necessidade de expandir o escopo das investigações futuras, incluindo amostras mais diversas para capturar a pluralidade de experiências maternas.

Dessa forma, a consultoria de imagem no pós-parto deve ser entendida como uma prática multidimensional que oferece suporte não apenas na escolha de vestuário e estilo, mas também no fortalecimento da autoconfiança e do bem-estar geral das mulheres. Ao proporcionar um ambiente de acolhimento e escuta ativa, os profissionais de consultoria de imagem podem contribuir significativamente para o processo de aceitação e valorização das novas identidades corporais e pessoais, promovendo a inclusão e a empatia em suas práticas.



Referências

- ALMEIDA, J. Y. I. R. **Um olhar sobre o corpo em desfiles do designer de moda Ronaldo Fraga no cenário corpocêntrico**. Dissertação mestrado em Design - UAM. São Paulo, 2018.
- CRANE, D. **A moda e seu papel social**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2006.
- DEIGHTON-SMITH, N. **Body image, health, and physical activity in pregnant women: a composite analysis. Doctoral thesis**, Leeds Metropolitan University: 2014. Disponível em: <<https://eprints.leedsbeckett.ac.uk/id/eprint/2644/>>. Acesso em 15 ago. 2024
- FERNANDES, Maria Helena. **O corpo da mulher e os imperativos da maternidade**. p.72-86. In: TEPERMAN, D.; GARrafa, T.; IACONELLI, V. (org.). **Corpo: Coleção Parentalidade e Psicanálise**. Belo Horizonte: Autêntica, 2021
- IACONELLI, V. **Manifesto Antimaternalista**. Rio de Janeiro: Zahar, 2023
- MIRANDA, A. P. **Consumo de moda: a relação pessoa-objeto**. São Paulo: Estação das letras e cores, 2008.
- PRECIOSA, R. **Mudar, parecer e seus possíveis desígnios**. p. 161-170. In: FAÇANHA, A.; MESQUITA, C. (org.). **Styling e criação de imagem de moda**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2012.
- SOUZA, J. **Gramática da Consultoria de Imagem**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2023.

