



## **A IMPORTÂNCIA DO VISAGISMO NA CONSTRUÇÃO DA IMAGEM PESSOAL E AUTOESTIMA**

**FERNANDA DOS SANTOS COSTA<sup>1</sup>; RAFAELA GUIMARÃES DE OLIVEIRA COSTA<sup>2</sup>; ROZÂNGELA ALMEIDA MILHOMEM<sup>3</sup>; NATÁLIA MOREIRA BELO MORBECK<sup>4</sup>**

<sup>1</sup>Egressa do curso de Estética e Cosmética no Centro Universitário Luterano de Palmas – CEULP/ULBRA. E-mail: fernandacosta.@rede.ulbra.br.

<sup>2</sup>Acadêmica do curso de Estética e Cosmética no Centro Universitário Luterano de Palmas – CEULP/ULBRA. E-mail: rafaguimaraes@rede.ulbra.br.

<sup>3</sup>Acadêmica do curso de Estética e Cosmética no Centro Universitário Luterano de Palmas – CEULP/ULBRA. E-mail: rozangelamilhomem@rede.ulbra.br.

<sup>4</sup>Orientadora – Farmacêutica, especialista em Saúde Estética, professora do Curso Superior de Tecnologia em Estética e Cosmética do Centro Universitário Luterano de Palmas – CEULP/ULBRA. E-mail: [natalia.belo@rede.ulbra.br](mailto:natalia.belo@rede.ulbra.br).

### **RESUMO**

No cenário atual em que cada vez mais se fala sobre diversidade no que diz respeito a beleza, e que a representatividade têm sido fator chave para as pessoas valorizarem suas características únicas, o visagismo tem atuado mostrando que há modos que valorizem as melhores qualidades de acordo com a singularidade de cada um, assim sendo o objetivo deste trabalho é expor a atuação e importância do visagismo quanto a construção da imagem pessoal e elevação da autoestima. Para a sua realização foi feita uma pesquisa bibliográfica descritiva, tendo o levantamento bibliográfico através da consulta às bases de dados científicos: Google Acadêmicos, Scielo (Scientific Electronic Library Online) e Scibd e a livros e revistas que abordam o tema. Para a seleção do material os critérios considerados se basearam em materiais publicados em língua portuguesa. Portanto é possível concluir que o visagismo tem como objetivo principal criar um estilo que esteja integrado com todas as necessidades e a personalidade de cada indivíduo. As técnicas utilizadas, os bons materiais, serão inúteis se o resultado final não for condizente com as expectativas estéticas e singularidade do cliente, podendo afetar a saúde mental, o que torna o trabalho nesse ramo uma responsabilidade muito grande.

**PALAVRAS-CHAVE:** Visagismo; Autoestima; Imagem Pessoal.

### **1 INTRODUÇÃO**

Por muito tempo grande parte das mulheres se encontrou em uma busca constante por conseguir atingir um padrão de beleza que deveria ser considerado inatingível, padrão este que era imposto na sociedade. Essa cobrança por "ser perfeita" se tornou o agente causador de inúmeros males como os distúrbios psicológicos (VIANNA, C. 2005), que acarretavam em crises de ansiedade, depressão, distúrbios alimentares, entre outros, que giram em torno principalmente da baixa autoestima nesse caso.

Entretanto, no cenário atual algo que vem colaborando para mudar essa imposição ao seguimento de padrões é o empoderamento feminino, e isso deve ser considerado um fato positivo e de muita importância, pois esse movimento em questão dentre vários outros objetivos visa mostrar às mulheres que elas podem ser exatamente quem e como são, e embora ainda haja uma grande parte da população presa a essas amarras de se manter no padrão ideal, é notável o crescente número de mulheres que estão se aceitando, com seus detalhes, "imperfeições", e particularidades (HEFFEL, 2016). Um fator que tem contribuído de forma significativa com essa mudança por atuar auxiliando quanto a formação da imagem pessoal é o conhecimento sobre o visagismo.

A beleza é marcada pela singularidade, cada ser tem as suas próprias características, pontos marcantes, a sua individualidade, partindo desse ponto, o visagismo, segundo Hallawell (2004) pode ser considerado até mesmo uma arte na qual através dela é possível embelezar ou transformar características das pessoas. Corroborando com o que foi dito em Fischer (2009) ele tem tido um papel muito importante para mudar esse cenário em torno do padrão de beleza ideal, ele age atuando de forma que mostre às pessoas que elas têm capacidade de criar uma imagem pessoal de acordo com sua singularidade, deixando em evidência as características que se têm de melhor e saindo desse ciclo vicioso de seguir padrões já impostos. Portanto o objetivo deste trabalho é expor a atuação e importância do visagismo quanto a construção da imagem pessoal e na melhora da autoestima.

## **2 MATERIAL E MÉTODOS**

Pesquisa bibliográfica descritiva, tendo o levantamento bibliográfico realizado através da consulta às bases de dados científicos: Google Acadêmicos, Scielo (Scientific Electronic Library Online) e Scribd e a livros e revistas que abordam o tema. A busca limitou-se a artigos publicados entre 2000 e 2016 com a utilização dos descritores: padrões de beleza; atuação do visagismo na formação da imagem pessoal; como o visagismo auxilia quanto a autoestima; para a seleção do material utilizado os critérios considerados se basearam em materiais publicados em língua portuguesa.

## **3 RESULTADOS E DISCUSSÃO**

Embora por muito tempo a beleza padronizada tenha sido buscada a qualquer custo, nos últimos tempos têm se elevado de forma significativa o número de mulheres que optaram pela aceitação e quebrar os paradigmas e com isso são felizes com as suas próprias características, sem que sintam a necessidade de mudar suas particularidades para seguir o que é ditado como o correto (HEFFEL, 2016), fato que se deu principalmente devido ao aumento da representatividade que mostra o quão grande é a diversidade existente e que cada um pode ser bonito a sua maneira, com cada um de seus detalhes.

Analisando a fundo o visagismo é possível verificar que se trata de uma tendência de trabalho que embora seja bem antiga traz sempre novos conceitos e tem tomado cada vez mais força. Consiste em fazer a customização de uma imagem de forma autêntica, fugindo dos padrões preestabelecidos. Deste modo o visagismo baseia-se no princípio que a beleza existe quando as qualidades interiores do cliente são expostas, por meio da harmonia e estética, e também perante a afirmação de que o feio é apenas uma expressão comumente utilizada quando refere-se a algo negativo que foi valorizado. Portanto, é importante ressaltar e valorizar as diferenças existentes de cada indivíduo, permitindo apenas que seus melhores pontos sejam valorizados (HALLAWELL, 2004).

Este é um pilar muito importante quanto a construção de uma imagem pessoal positiva pois é algo que têm sido recuperado de forma natural, praticando o autocuidado e se respeitando, pois cada vez mais as pessoas estão buscando apenas serem plenas e satisfeitas consigo mesmas. O visagismo é uma forma de orientar para que cada pessoa tenha a plena consciência dos elementos existentes em sua imagem e suas feições de modo que se possa fazer a exibição da melhor versão possível, a melhor imagem, que é real. (HALLAWELL, 2009).

Assim sendo, ainda segundo Hallawell (2009) fica nítido a importância do papel do visagismo na construção dessa imagem pessoal única, coerente, positiva, que atua na elevação da autoestima, pois não é somente o que o outro vê quando nos olha que nos importa, mas sim, a própria imagem vista no espelho diariamente, a ação do visagismo é dada por mostrar que é possível através da valorização de suas características próprias, atingir a satisfação com a própria aparência. Entender que é possível usar as qualidades interiores para refletir a personalidade pode melhorar muito o bem-estar das pessoas, pois esse método solidifica de forma significativa o potencial de cada um para ser autêntico seguindo o que se deseja realmente expressar.

#### 4 CONCLUSÃO

A frequência em que as mulheres estão se adaptando e optando por assumir os seus corpos, suas medidas reais, seus cabelos, características faciais, dentre outros detalhes únicos têm aumentado de forma significativa, fato que se dá devido ao empoderamento e representatividade que têm aumentado de forma exacerbada, até mesmo no que diz respeito aos desenhos da Disney que embora já mostrassem a diversidade anteriormente, nos dias atuais têm dado um foco ainda maior a isso sendo notável a constante evolução das princesas para mulheres empoderadas e com belezas plurais.

O termo beleza não deve ser relacionado a perfeição, mas sim aceitação e também valorização da estrutura única de cada indivíduo, sendo o visagismo uma das formas de alcançar a imagem que se deseja expressar. O visagismo que vêm sendo utilizado como recurso para a concepção de beleza de forma individualizada auxilia na valorização da estética de cada ser, atuando assim na construção da imagem pessoal e como consequência melhorando também a qualidade de vida por meio do bem-estar conferido.

Portanto é possível concluir que o conceito de visagismo tem como objetivo principal criar um estilo que esteja integrado com todas as necessidades do indivíduo, sejam elas funcionais, biológicas ou emocionais. As diversas técnicas utilizadas, bons materiais, serão inúteis se o resultado final não for condizente com as expectativas estéticas e singularidade do cliente, o que torna o trabalho nesse ramo uma responsabilidade muito grande. Um visagista é responsável por exprimir fisicamente a imagem que o cliente quer passar, não se preocupando apenas com as questões estéticas, mas também com a imagem que seu cliente precisa expressar.

Para que isso seja possível, é necessário seguir o princípio de que toda pessoa é única, levando em consideração características não somente físicas, mas também a sua própria personalidade (HALLAWELL, 2008). O visagismo propõe um conhecimento mais profundo do cliente em todos os âmbitos, seja pelo estilo de vida, gosto pessoal, necessidades, sem fazer a utilização de fórmulas prontas, tornando possível a criação de uma imagem personalizada. Sendo assim, a consultoria é tida como algo muito importante, e de grande responsabilidade, onde se faz necessário despende de um tempo maior que o de costume para avaliar o cliente a fundo e atingir bons resultados (HALLAWELL 2009).

#### 6 REFERÊNCIAS

AGUILERA, Juliana Cristina P; BRANCO, Beatriz P; Minha Beleza é Minha: A influência exercida pelas mídias sobre a imagem feminina. In: Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXIII Prêmio Expocom 2016.

ALMEIDA, Juliana R. **A Padronização da Beleza na Mídia: A experiência de mídia jovem da Associação Imagem Comunitária.** In: XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, Ouro Preto, Jun 2012.

BALDANZA, Renata F.; ABREU Nelsio R. **A Comunicação na Mídia e os Símbolos de Beleza: Reflexões Sobre Influência da Indústria Cultural da Difusão de Valores Estéticos.** In: XI Simpósio de Ciências da Comunicação na Região Sudeste. Rio Preto. São Paulo, mai 2006.

BRITO, Thais; DANTAS, Raquel; MELO, Paulo Vitor; **Mídia e direitos humanos: um debate necessário.** In: Ciclo de Formação Mídia e Educação em Direitos Humanos - Carta capital, São Paulo, 2013.

FAÇANHA, Rosângela. **Estética Contemporânea.** Rio de Janeiro: 1º ed, editora Rubio, 2003.

FISCHER, Ana Flávia; PHILIP, Karine. **A importância do visagismo para a construção da imagem pessoal.** In: Universidade do Vale do Itajaí - UNIVALI, 2009.

GLAS, Norbert; **Temperamentos: A face revela a pessoa.** In: Arte Médica Ampliada Vol. 33 | N. 1 | Janeiro/Fevereiro/Março de 2013.

GOOSSENS, Janine. **Beleza um conjunto em harmonia.** São Paulo: 1º ed, editora Harbra, 2004.

GUERREIRO, Dina Patricia das Neves Vieira; **Necessidade Psicológica de Auto-Estima/Auto-Crítica: Relação com Bem-Estar e Distress Psicológico.** In: Universidade de Lisboa, Mestrado em Psicologia, 2011.

HALLAWELL, Philips. **Visagismo: Harmonia e Estética.** São Paulo: 2º ed. Editora Senac, 2004.

HALLAWELL, Philips. **Visagismo - harmonia e estética.** São Paulo: 4º ed. Editora Senac, 2008.

HALLAWELL, Philips. **Visagismo integrado: identidade, estilo e beleza.** São Paulo: 2º ed. Editora Senac, 2009.

HEFFEL, Carla Kristiane M. SILVA, Vinícius. **A CONSTRUÇÃO DA AUTONOMIA FEMININA: O empoderamento pelo capital social.** In: XII CONAGES - Colóquio Nacional de gênero e sexualidade, 2016.

ITO, Patrícia do Carmo Pereira; **Diferenças individuais: temperamento e personalidade; importância da teoria.** vol.19 no.1 Campinas Jan./Abr. 2002.

KURY, Lorelai; HANGREAVES, Lourdes; VALENÇA, Máslova T. **Ritos do Corpo.** Rio de Janeiro: editora Senac Nacional, 2000.

LISBOA, Daiane Carla; SUENAGA, Camila; **Conceito, beleza e contemporaneidade: Fragmentos históricos no decorrer da evolução estética.** In: Universidade do Vale do Itajaí, 2012.

LUCATELLI, Damini; **Padrão de beleza e mídia: influência ou manipulação?** 2016.

MARTINS, Viviane Lima; A beleza como instrumento de autoafirmação na sociedade de consumo latino-americana. In: Revista Intraciência, Guarujá, 2013.

MOTA, Maria Dolores de B. **Reflexões sobre o corpo, beleza e relações de gênero.** In: Universidade Federal do Ceará, 2006.

PADILHA, Enio. **Marketing Pessoal & Imagem Pública**. Santa Catarina: 2<sup>o</sup>ed. Editora Pallotti, 2002.

SHIMIDTT, Alessandra; OLIVEIRA, Claudete. **O mercado da beleza e suas consequências**. In: Universidade do Vale do Itajaí - UNIVALI. Balneário Camboriú-SC, 2008.

SOUZA, Alexandre. **Antiaging, Beleza e juventude em qualquer idade: Os segredos da longevidade, da saúde e do bem-estar**. São Paulo: 1<sup>o</sup> Ed. Editora Alaúde, 2010..

VIANNA, Cinthia Semiramis M. **A imagem da mulher imposta pela mídia como uma violação dos direitos humanos**. In: Universidade Federal do Paraná, rev da Faculdade de Direito UFPR, v. 43, n. 0, 2005.