

A IMPORTÂNCIA DO VISAGISMO NA CONSTRUÇÃO DA IMAGEM PESSOAL

Aline de Oliveira , Brenda Zaniolo Lourenço , Bruna Zaniolo Lourenço, Patrícia Nuevo

1. Acadêmica do Curso de Tecnologia em Estética e Cosmética da Faculdade Opet (Curitiba PR);
2. Acadêmica do Curso de Tecnologia em Estética e Cosmética da Faculdade Opet (Curitiba PR);
3. Acadêmica do Curso de Tecnologia em Estética e Cosmética da Faculdade Opet (Curitiba PR);
4. Professora Orientadora da Faculdade Opet (Curitiba PR)

Endereços para correspondência: *alineliveira1190@hotmail.com*;
brendazaniolo95@hotmail.com; *bru_zaniolo@hotmail.com*.

RESUMO: A presente pesquisa bibliográfica, estudada através de artigos e livros, refere-se à construção da imagem pessoal, junto ao conceito de visagismo, que ajuda o indivíduo a criar uma imagem correta relacionado ao tipo de cada pessoa, com todos os recursos que as técnicas do mesmo trás. Foi enfatizada a importância da construção dessa imagem, pois a maioria das pessoas não tem acesso a tais informações. Um dos recursos bastante utilizados pelo visagismo é a maquiagem, portanto foi enfatizada sua importância. O tema proposto possibilita uma variedade de conhecimentos para auxiliar a carreira de tecnólogos em estética, pois é um conceito muito usado em diversas áreas desse cotidiano e não há nada melhor do que trabalhar ajudando as pessoas a se reconhecerem perante sua imagem.

Palavras Chave: Construção da imagem pessoal, visagismo, técnicas e estética.

ABSTRACT: This bibliographical research, studied through articles and books, refers to the construction of personal image, along with visagism concept, which helps the individual to create a correct image related to the type of each person, with all the features that the techniques of the same. It was emphasized the importance of the construction of this image, as most people do not have access to such information. A lot of resources used by the visagismo is the makeup, therefore was emphasize his importance. The proposed theme enables a variety of knowledge to assist the career of technologists in aesthetics, as it is a concept used in many areas of everyday life and there is nothing better than work helping people to recognize themselves before his own image.

Key words: construction of personal image, visagism, techniques and aesthetics.

1. INTRODUÇÃO

A construção da imagem pessoal com a aplicação de técnicas do visagismo tem como objetivo auxiliar o indivíduo a criar corretamente sua imagem, através de técnicas aplicadas para um melhor corte de cabelo, maquiagem mais adequada, entre outros pontos importantes pois as pessoas, em sua maioria, não sabem o que estão transmitindo para a sociedade e, muitas vezes, passam uma imagem diferente do que acham que estão passando. A construção de uma imagem pessoal personalizada revela o que realmente a pessoa é e o que está expressando. É o conjunto das qualidades interiores de uma pessoa, com as características estéticas cativantes em harmonia.

Para criar um estilo é preciso a ajuda de um profissional, este por sua vez precisa do embasamento teórico e prático para poder aplicar seus conhecimentos e isso é basicamente a proposta do visagismo.

O interessante na construção da imagem é que ao se aplicar as técnicas de visagismo, a pessoa passa por um processo de autoconhecimento, reconhecendo e expondo seu eu interior, seja pelo formato de rosto, pelas proporções de sua feição, pelos seus traços, pelo seu tom de pele e pela revelação de seu temperamento, destacando seus pontos positivos e negativos, que muitas vezes eram

desconhecidos. O ideal é o indivíduo se encontrar dentro dos resultados, melhorando a sua autoestima, seus relacionamentos pessoais e profissionais.

Por isso, quando o profissional faz uma consultoria de imagem pessoal, é preciso conhecer a personalidade do cliente, quais são suas prioridades, funções e objetivos profissionais para uma construção adequada da imagem.

É possível o tecnólogo em estética auxiliar na construção da imagem pessoal, pois além dos procedimentos estéticos adquiridos ao decorrer do curso, seus conhecimentos abrangem estilismo, temperamentos, consultoria, tipos cromáticos, entre outros conteúdos, os quais os tornam aptos para saber identificar o que se adequa para cada indivíduo.

2. A IMAGEM PESSOAL

A imagem pessoal revela quem você realmente é. “Como já dizia o empreendedor *Jusser Ramalho* “Você é a sua melhor marca”. A imagem é a primeira impressão deixada na visão dos outros e, muitas pessoas, não sabem expressar a imagem do que realmente é e assim são julgadas por aqueles que não as conhecem. Segundo estudos, foi revelado que as pessoas reparam: 55% para o nosso visual, isso inclui maquiagem, acessórios, cabelos, vestimenta; 38% na nossa postura, que

inclui expressão facial, corporal, comportamento, tom de voz, gestual e apenas 7% nosso conteúdo, ou seja, quando conversamos (RAMALHO apud GUEDES, 2007).

Pode-se observar nas personalidades importantes da mídia a necessidade de cuidar da aparência para manter uma imagem positiva. A maioria delas passam por uma consultoria de imagem pessoal, como a presidente da república, Dilma Rousseff, os cortes retos usados em seu cabelo, e o topete alto indicam poder e influência. Certamente mudou o visual para passar autoconfiança a si mesma, e para todos no mundo (VERSIANI, 2011).

Passar uma imagem positiva é extremamente importante, tanto para a vida profissional quanto pessoal, pois é a forma de como as pessoas são lembrados. A que possui uma imagem pessoal positiva transmite autoconfiança nas mais diversas situações, como numa entrevista de emprego por exemplo. Não é suficiente ser um ótimo profissional, é preciso parecer um ótimo profissional e a imagem é essencial em qualquer área. Para os profissionais de estética, por exemplo, é imprescindível cuidar da aparência, pois esta será referência de um bom trabalho (MENDES, 2013).

É necessário também dar a devida importância para a imagem pública, pode-

se como exemplo citar um cliente que ao entrar num restaurante no qual os proprietários não cuidam da imagem, apresentando um aspecto sujo, gera a inevitável conclusão de que o produto servido não deve ser de boa qualidade (PADILHA, 2010).

A imagem pessoal é constituída por: feições, cabelos, cor de pele, cor dos cabelos, pelos, formato de rosto, biotipo, visual, acessórios entre outros e é preciso mantê-la equilibrada e de acordo com a personalidade, estilo, funcionalidade e comportamento de cada pessoa. A imagem positiva não é conquistada através do exagero, como em roupas de grife e acessórios, mas sim pela valorização das características positivas individuais (GUEDES, 2007).

Segundo Hallawell (2004) relacionamos a imagem interior com nossos sentimentos e dificilmente as pessoas refletem por fora como realmente se sentem por dentro. Por isso existe muita dificuldade em criar a imagem que se deseja passar. Os pontos fortes que o indivíduo quer expressar precisam ser autênticos, não adianta tentar passar uma imagem que não te represente verdadeiramente, como a de uma pessoa extrovertida se o indivíduo é introvertido, por exemplo. Nesses casos, essa imagem apresenta-se trazendo uma falsidade e gerando uma crise de identidade, entre

outros problemas.

O momento que gera maior realização profissional para qualquer atuante na área da beleza é quando seu cliente se olha no espelho e diz: “Esse sou eu!”. É o momento mágico do encontro da imagem exterior com a imagem interior. (HALLAWELL, 2009).

2.1 Objetivos principais de acordo com a construção da imagem pessoal

O objetivo principal na consultoria de imagem pessoal relacionado ao visagismo é encontrar um estilo personalizado para cada pessoa, pois os padrões de beleza e moda não se aplicam para todos porque cada pessoa tem um biotipo, estilo e comportamento de acordo com a sua personalidade. O foco é destacar o que a pessoa tem de melhor e restringir o que não a favorece, ou seja, não recomenda-se um topete moicano em quem tem a testa comprida, pois esse tipo de penteado evidencia a imperfeição (SOUZA, 2012).

De acordo com Hallawell (2009), a diferença entre artesãos e artistas, é que o artesão trabalha com estilos predeterminados que aprendeu a reproduzir. E o artista por sua vez trabalha com o novo, tratando cada pessoa como única, usando sua experiência e criatividade para criar uma imagem personalizada.

A arte de criar é mérito de poucos e quando a pessoa tem essa percepção de inteligência visual apurada, naturalmente esse conceito é transmitido para uma imagem (HALLAWELL, 2009).

3. O CONCEITO DE VISAGISMO

O termo visagismo é derivado da palavra francesa *visage*, que significa rosto. Este termo foi criado por *Fernand Aubry* em 1936, um grande maquiador e cabeleireiro francês, que dizia que o visagismo é uma arte e o visagista é um escultor que tem o rosto humano como seu principal material de trabalho (KAMIZATO, 2014).

Visagismo é a arte de criar uma imagem personalizada e única de acordo com o que a pessoa deseja expressar a sociedade, tem como objetivo a busca por soluções que expressem visualmente características positivas de uma personalidade. Faz-se uso de técnicas de corte, coloração e modelagem de cabelo, maquiagem, cosméticos e mudanças no vestuário para criar uma imagem pessoal harmônica (PAOLUCCI, 2011).

O profissional visagista estará de certa forma esculpindo o rosto de sua cliente, sendo esta região a sede da identidade de cada indivíduo. Se o rosto e tudo que o envolve (cabelo, maquiagem e pelos faciais no caso dos homens) não expressam a identidade da cliente, esta

pessoa poderá ter problemas em relacionamentos futuros com outras pessoas ou até com ela mesma (HALLAWELL, 2010).

O visagismo tem se tornado cada vez mais conhecido e através de diversas técnicas que o compõem, é possível transformar a imagem de uma pessoa e criar uma identidade própria, sem precisar intervir no seu corpo ou rosto, com procedimentos mais invasivos como a cirurgia plástica, por exemplo. Com o conhecimento de todas as técnicas necessárias é possível criar um visual personalizado, seguindo o contexto de não usar somente o mais belo e sim o mais adequado. Também é importante que o cliente esteja bem consigo mesmo ao visualizar sua nova imagem (KAMIZATO, 2014).

3.1 Orientação ao cliente das técnicas de visagismo

As pessoas quando pensam em uma transformação ou mudança da própria imagem, buscam inspirações em outros indivíduos que lhe passam uma imagem agradável. Na maioria das vezes se inspiram em famosos ou até mesmo em personagens fictícios quanto ao corte, coloração dos cabelos, maquiagem, e maneira de se vestir. Se o profissional colocar em prática todos

os desejos desta cliente, ela poderá se decepcionar ao final da transformação por perceber que a imagem tão desejada não lhe agradou, pois as pessoas possuem formatos de rosto, feições, cor da pele e outras características físicas diferentes umas das outras, o que fica bem em uma pessoa, pode não ficar tão bem em outra (HALLAWELL, 2013).

No geral, somos todos sensíveis a críticas por isso é necessário orientar o cliente com bastante cautela e sensibilidade e nunca criticar diretamente o seu corte de cabelo, cor ou penteado ou até mesmo uma característica de seu rosto que não lhe agrada. É necessário sempre começar apontando os pontos positivos, falar das qualidades que ela já consegue expressar em sua atual imagem. Também é preciso saber da sua vida pessoal e profissional, questionar o que ela deseja expressar através de sua imagem e saber as características próprias que mais lhe agradam e as que mais lhe incomodam. Em uma conversa irá descobrir sobre seu ambiente e comportamento no trabalho, suas atividades do cotidiano, e seus desejos para neste ponto é possível começar a falar sobre a sua imagem atual, apontar o que é inadequado, sempre explicando o porquê (GAPY, 2013).

A pessoa que procura pelo visagismo, seja ela homem ou mulher,

deverá passar por um processo de análise que vai desde um questionário usado para investigar e entender melhor os seus valores, necessidades, escolhas, temperamento e estilo de vida, até uma análise de suas características físicas para estudo das proporções de seu rosto e corpo. A partir desses dados, o profissional irá traçar o início da criação da imagem personalizada para a cliente, a qual esta pessoa deverá se adequar para poder expressá-la à sociedade de maneira harmônica (SOUZA, 2014).

O profissional de visagismo tem a função de orientar o indivíduo para mudanças visuais, levando em consideração todos os dados coletados durante uma consultoria de imagem, pontos fortes e pontos fracos e, principalmente, o que ela deseja expressar. Deverá adequar à coloração e corte de cabelo, assim como citar os penteados que podem destacar mais sua imagem no dia a dia, auxiliar a cliente na maquiagem e cores que beneficiam o tom da sua pele, fazer o uso da técnica de luz e sombra, tudo sem exagero e com harmonia com as demais alterações da construção de sua nova imagem (KAMIZATO, 2014).

As sobrancelhas deverão ser bem desenhadas e os seus traçados devem estar de acordo com os demais traços do rosto. Outro ponto bastante importante é o vestuário, onde será avaliado o seu biotipo,

o seu ambiente de trabalho, suas outras atividades do dia a dia, para poder adequar seu guarda roupa as demais mudanças que virão (GAPY, 2013).

4. FORMATOS DE ROSTO

Uma consultoria de visagismo tem início através da análise do formato do rosto ao cliente e para que isso seja feito, é necessário que ele esteja com o cabelo todo para trás revelando a linha da raiz do cabelo, e as linhas que descem da testa em direção a mandíbula. Avalia-se largura e comprimento da testa, formato das maçãs e da mandíbula. É muito importante para o profissional visagista reconhecer o formato do rosto de sua cliente para definir o tipo de corte e penteados de cabelo que seriam mais adequados para o seu dia a dia (MATTOS, 2013).

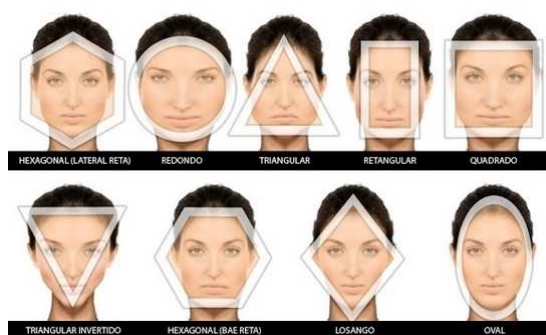


Figura 1. Formatos de rostos. Fonte: Site www.elimathias.com

A irregularidade dos traços de um rosto é o que determina uma beleza ser diferente da outra, e são esses traços irregulares que determinam a harmonia do

rosto. Para entender o melhor estilo de cabelo, e maquiagem que teria a harmonia com cada rosto, é preciso conhecer todos os formatos, como pode ser visto na sequência (KAMIZATO, 2014):

- Hexagonal da lateral reta – Bastante angular, linha do cabelo curta e reta, mandíbula e região do zigomático bem acentuadas.
- Hexagonal da base reta – Testa estreita e reta, mandíbula um pouco mais evidente, mento menos pontudo e a base é reta, diferente do formato oval.
- Redondo – quase não possui ângulos, a testa e o queixo são menores, olhos são espaçados. Tende a se mostrar infantil e angelical.
- Triangular – Não é muito comum, possui a mandíbula larga e a testa é pequena e estreita, as têmporas são profundas.
- Quadrado ou retangular – Possui traços retos, maçã do rosto, queixo e testa têm a mesma largura. A diferença do rosto quadrado para o retangular, é que o segundo é mais longo.
- Triângulo invertido – Testa larga e mandíbula pouco evidente, têmporas profundas, zigomático saltado e mento pontudo.

- Losango – Maças do rosto pronunciadas, região frontal e mento são estreitos e pontudos.
- Oval – Testa arredondada e não muito larga, as têmporas não são muito profundas, linha do cabelo arcada, linhas das maçãs e do queixo levemente arredondadas. Expressa delicadeza e suavidade (KAMIZATO, 2014).

5. ANÁLISE DE PERSONALIDADE

A proporção do rosto é dividida em três partes chamadas de terço superior, terço médio e terço inferior. Um rosto considerado padrão, harmônico e bonito, possui o tamanho da altura do nariz, igual ao tamanho da distância entre a base do nariz e o queixo, e igual à altura da testa, que vai da base do nariz até a linha da raiz do cabelo. Entre os três terços, a área que tiver a maior medida é o que predomina na personalidade da pessoa, ela poderá ser mais racional, emotiva ou intuitiva (TEIXEIRA, 2013):

- Terço superior é a medida que vai da raiz do cabelo até o início da sobrancelha, é a parte da razão.
- Terço médio é a medida que vai da sobrancelha até a ponta do nariz, é a parte da emoção.

- Terço inferior é a medida que vai da ponta do nariz até a ponta do queixo, é a parte da intuição (HALLAWELL, 2009).



Figura 2: Rosto dividido nas três áreas básicas (SOUZA, 2012).

Avalia-se o temperamento do cliente, o tom da pele, a temperatura e estação da pele. Os quatro tipos básicos de temperamentos são relacionados aos quatro elementos básicos: Sanguíneo (ar), Colérico (fogo), Melancólico (terra), e Fleumático (água) (MATTOS, 2013).

Verifica-se, a seguir, as diferenças entre cada temperamento:

- Beleza Sanguínea – É extrovertida, expansiva, otimista, mas irritável e impulsiva.
- Beleza Colérica – É ambicioso e dominador, objetiva e explosiva, poderosa, passional e independente.

- Beleza Melancólica – É elegante, sensível, organizada, tende a ser pessimista, guardar rancor e se sentir só.
- Beleza Fleumática – Sonhador, pacífico e dócil, preso aos hábitos e distante das paixões.

O tom da pele também revela o temperamento da pessoa. Nesta relação de cores, é classificado em apenas dois tons, a pele clara e a pele escura (HALLAWELL, 2009).

6. TIPO CROMÁTICO

O segundo passo é classificar o tipo cromático para facilitar a escolha de cores de maquiagens, roupas e acessórios que valorizam e iluminam a pele. Pode ser classificada em quente ou fria - a pele quente terá o rosto mais iluminado e com menor atenção na área das olheiras com as cores dourado e bege, já a pele fria terá este mesmo efeito com as cores branco e prata. A escolha de cores inadequadas pode deixar a pessoa com aparência cansada, destacar as olheiras, acentuar linhas de expressão e rugas já existentes. Fazendo a escolha das cores corretas a pele ficará iluminada, com ar saudável, os olhos ficam mais brilhantes e as olheiras ficam mais camufladas (ANSCHAU, 2012).

Foi realizado parte de uma consultoria de imagem, para citar como exemplo a relação de temperamento, tom da pele, temperatura e estação. Feito teste com todas as cores para definição da qual ficaria em maior harmonia com a pele da cliente, conforme exibido a seguir:

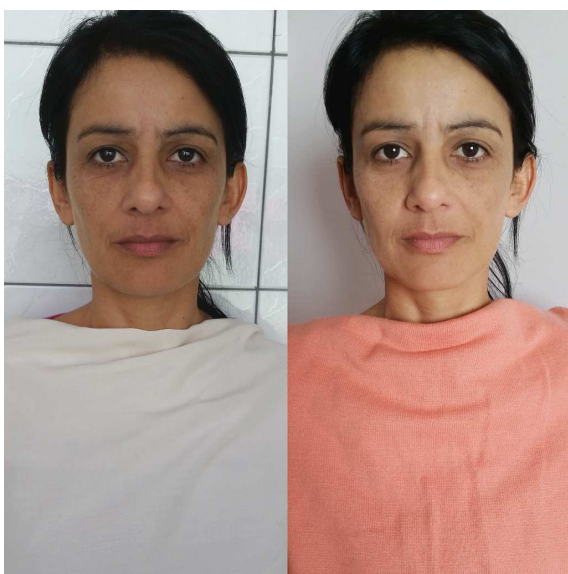


Figura 3: Teste de cor, temperatura e estação da pele. Fonte: Os autores.

O tom da pele é claro. Para classificar a temperatura da pele, foram usados como testes amostras de cor branca, prata, dourado e bege-creme, sendo a última a que melhor combinou com a tonalidade da pele. Na sequência para classificar a estação, foi realizado teste com e cor de pêssego, cor-de-tijolo e amarelo claro, sendo a primeira, a que mais iluminou o rosto, disfarçando as olheiras e demais manchas de pele. No teste de temperamento

realizado com uma relação de perguntas sobre suas preferências, gostos e rotina pessoal e profissional, foi classificado o temperamento como Fleumático e Sanguíneo, sendo o primeiro de maior predominância em sua personalidade (HALLAWELL, 2010).

Após esta análise de temperamento e cor, o profissional inicia o processo criativo, utilizando as técnicas de conhecimento e fundamentos de luz e sombra, cor, composição, proporção áurea, dinâmica de linhas entre outros, para definir a criação de corte, coloração, penteado, maquiagem, e vestuário. O visagismo traz inúmeros benefícios para uma pessoa que deseja transformar sua imagem como profissional e também na sociedade, o cliente que tiver sua imagem mostrando quem ela realmente é, e o que deseja passar, tem a autoestima elevada, a sensação de bem estar, prazer e beleza por perceber que o seu todo está em harmonia (HALLAWELL, 2013).

A cor da pele também revela o temperamento da pessoa. Nesta relação de cores, o primeiro passo é definir o tom da pele, que é classificado em apenas dois tons, a pele Clara e a pele Escura (HALLAWELL, 2009).

O segundo passo é classificar a tipo cromático para facilitar a escolha de cores de maquiagens, roupas e acessórios. A pele

é classificada em quente ou fria - a pele quente terá o rosto mais iluminado e com menor atenção na área das olheiras com as cores Dourado e Bege, já a pele fria terá este mesmo efeito com as cores branco e prata. A escolha de cores inadequadas pode deixar a pessoa com aparência cansada, destacar as olheiras, acentuar linhas de expressão e rugas já existentes. Fazendo a escolha das cores corretas a pele ficará iluminada, com ar saudável, os olhos ficam mais brilhantes e as olheiras ficam mais camufladas (ANSCHAU, 2012).

Na sequência, é feita análise para descobrir a estação da pele, que se dividem em quatro categorias como pode ser visto a seguir (BONELLI, 2013):

- **PRIMAVERA** – Pertence à categoria de cores quentes tendo a tonalidade básica o dourado-amarelado, e é associada ao temperamento sanguíneo. Combina melhor com a cor pêssego, enquanto a cor tijolo à deixa com aparência severa e envelhecida.
- **OUTONO** – Também pertence à categoria de cores quentes, associado ao temperamento colérico. A cor tijolo combina melhor e a cor pêssego deixa a aparência mais apagada, se a pele for fria deve ser comparada com o rosa e fúcsia.

- **INVERNO** – Pertence à categoria de cores frias e está associada ao temperamento fleumático. A cor fúcsia combina melhor e a rosa fica muito claro.
- **VERÃO** – Pertence à categoria de cores frias, apresenta fortes características do temperamento melancólico e as cores que se harmonizam com a pele verão são em tons pastéis. A rosa combina melhor com o tom da pele, enquanto fúcsia a endurece.

7. A IMPORTÂNCIA DA MAQUIAGEM

A boa aparência sempre foi um dos aspectos mais importantes socialmente, com uma maquiagem bem feita, respeitando o gosto pessoal, consegue-se mais segurança e confiança para sentir-se bem em qualquer ocasião, como a integração numa festa, ou para ajudar na confiança necessária em entrevistas de emprego, entre outras (VALENÇA; LIMA e ZUANETTI, 2000).

Para Cezimbra (2005) a maquiagem realça os traços mais belos do rosto e ameniza os que mais incomodam. Para um resultado satisfatório é essencial saber harmonizar as cores da maquiagem com o tom da pele, cabelo, acessórios,

vestuário e principalmente de acordo com a ocasião. Muitas mulheres pecam no excesso e outra tem medo de ousar e ficam apagadas.

A maquiagem não serve apenas para se sentir bem e bonita, é uma forma de afirmar seu estilo e personalidade em determinada ocasião. Não há necessidade de fazer várias modificações e carregar demais nos cosméticos (MOLINOS, 2000).

Cuidar bem da aparência é querer passa uma imagem agradável de simpatia e não apenas de beleza. As mulheres que querem impressionar através da maquiagem achando que farão isso reforçando-a estão muito enganadas, pois vão acabar chamando atenção pelo mau gosto. A maquiagem deve ser a mais discreta possível, agradando aos olhares de todos (BORDIN, 2002)

7.1. Truques para correção

Para corrigir alguma “imperfeição” não é necessário aplicar várias camadas de produto, deve-se sempre ter em mente que menos é mais para um resultado natural e bonito. Antes de fazer a correção, é importante levar em consideração as condições ambientais, como a luz do dia, por exemplo, e como um lábio aumentado vai ficar exposto, ou o flash na hora de se fotografar, se o tom do corretivo for muito claro, vai gritar. No caso das efélides que

são um charme, mas começam a se tornar um problema quando se agrupam formando manchas. Nesse exemplo, pode-se utilizar base fina por todo o rosto até ficar uniforme, uso moderado do corretivo na região das sardas e se ainda for necessária mais correção, reaplique com muito cuidado o corretivo até chegar a um resultado desejado e harmonioso (MOLINOS, 2000)

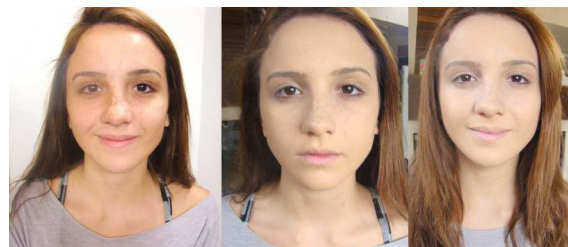


Figura 4. Passo a passo para correção das Efélides. Fonte: Os autores

Ao invés de cobri-las com produtos, os maquiadores estão evidenciando ainda mais as famosas “sardinhas”. A *Topshop* criou para realizar a vontade de várias meninas um lápis de sardas num tom marrom suave que dá todo o charme de um look jovial e natural (BURNS, 2014):



Figura 5: Modelo utilizando o *Freckle Pencil*.

A predisposição a olheiras é genética o sol aumenta a produção da melanina na região destacando-a ainda mais. Para corrigi-las é indicado o corretivo na tonalidade coral em toda região, após aplicar corretivo tom natural para camuflar o coral e se harmonizar com o rosto. No caso de lesões e acnes, dependendo do grau, devem ser tratadas por um dermatologista. Na correção não utiliza o mesmo tom e consistência do corretivo aplicado nos olhos, esta área é iluminada e o uso do mesmo tom pode realçar ao invés de disfarçar. Para aplicar o produto utilize pincel para corretivo pequeno e em seguida a ponta dos dedos para espalhar. Na pele acnéica evite bases pesada por todo o rosto ou corretivo em excesso, opte por uma base líquida leve ou média e se preciso reaplique na região que tenha acne (SPENCER, 2012).

É preciso minuciosidade na correção dos formatos do rosto, buscando algo simples que se enquadre ao cotidiano do indivíduo. Para um rosto redondo, o blush é aplicado na cavidade da bochecha até a linha da mandíbula, uma linha na diagonal da ponta da orelha até dois dedos da boca e na lateral da testa, pelas têmporas, dando uma ilusão longilínea, intensificando o efeito com iluminador no centro da testa, início do zigomático (maça) e topo do mento (queixo). Já no rosto longo a região

frontal é mais destacada. Para diminuir o comprimento é preciso escurecer o queixo e linha do cabelo iluminando a parte superior da região zigomática (maça do rosto), o mais recomendado é usar blush em tons mais rosáceos aplicado horizontalmente (SPENCER, 2012).

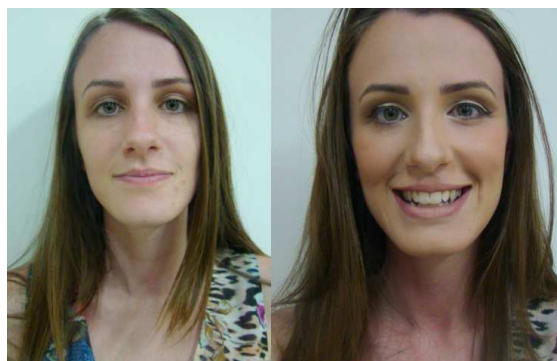


Figura 6: Antes e Depois da correção para rosto longo. Fonte: Os autores.

Pode-se reconhecer um olho fundo através da borda do nariz, o olho padrão está na linha da borda do nariz já o olho fundo encontra-se mais para dentro do rosto. O ideal para maquiar os olhos é realçar a parte escurecida, usando tons claros por toda pálpebra móvel, trazendo-a para fora, escurecer o côncavo suavemente em direção ao canto externo dos olhos, realçando cílios e sobrancelhas (KAMIZATO, 2014).



Figura 7: Técnica para reconhecer um olho fundo. Fonte: Os autores.

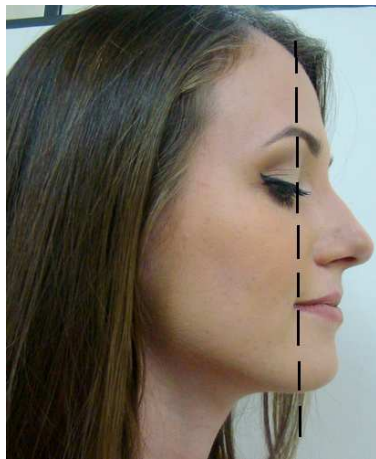


Figura 8: Correção para olhos fundos. Fonte: Os autores.

Os olhos caídos, o canto externo afina-se para baixo dando um ar de cansaço. O truque ideal para esse olhar é iluminar o canto externo e interno para abrir o olhar como mostra na primeira figura. Tons neutros na pálpebra e escuros gradativamente no canto externo, delineado gatinho para levantar mais ainda o olhar. Para tirar de vez esse ar de cansaço aplique um lápis branco ou cor pele na linha d'água (SPENCER, 2012).



Figura 9: Passo a passo Correção para Olhos Caídos. Fonte: Os autores.

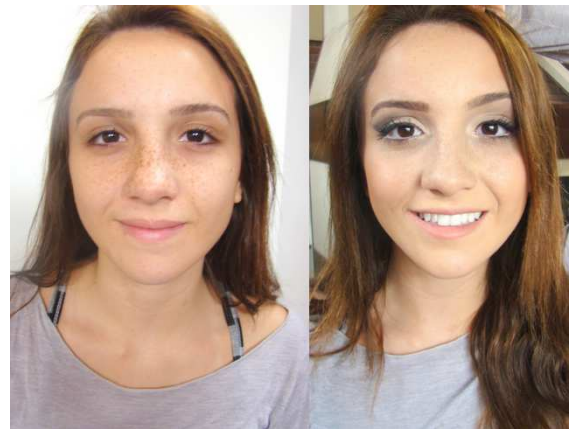


Figura 10: Antes e Depois da correção das Eférides e olhos caídos. Fonte: Os autores.

Para olhos pequenos, deve-se com lápis bege ou branco contornar a linha d'água dos olhos passando a impressão de olhos maiores e abaixo rente aos cílios inferiores deve-se esfumar sutilmente com um tom escuro de sombra, dando a ilusão de que o contorno real está embaixo. Os olhos devem ser esfumados com sombra marrom no côncavo e por fim reforce o rímel na parte superior e inferior. Já para os olhos saltados, o contorno na linha superior e inferior dos olhos deve-se ser feito com

lápiz em um tom escuro e a maquiagem com padrão de tonalidades escuras. Esse efeito projeta a região entre a sobrancelha e côncavo, no lugar do globo saltado (MOLINOS, 2000).

A região do nariz, ao receber o produto, é preciso esfumar por toda a área, na correção dessa região pode-se utilizar corretivos ou pó de tonalidades que vão dos beges aos marrons. No caso do nariz largo, inicia aplicando o blush de correção sob o pé da sobrancelha, indo rente ao canto interno do olho seguindo a linha lateral do nariz, projetando a linha frontal do nariz para frente. Para o nariz grande o corretivo ajuda bastante, use em todo o dorso até a ponta (KAMIZATO, 2014).

Para ampliar lábios finos, com o lápis labial contorna a borda externa e logo após aplica-se um tom de batom mais claro que o lápis finalizando com um *gloss* apenas no centro dos lábios. No caso de lábios grossos o contorno é feito na borda interna dos lábios, diminuindo sua espessura (KAMIZATO, 2014)



Figura 11: Correção para lábios finos.

Fonte: Os autores

8. METODOLOGIA

A pesquisa bibliográfica apresentada foi embasada em artigos científicos já publicados nos anos de 2011, 2012, 2013 e 2014 para atualização do tema do foram utilizados artigos mais recentes. Também foram realizadas pesquisas e buscas em web sites relacionados à área da beleza e estética e obteve-se um grande conhecimento com pesquisas realizadas na literatura rica sobre o tema do trabalho apresentado, dos livros do autor Philip Hallawell; Karina Kiyoko Kamizato; Kit Spencer e Duda Molinos.

9. DISCUSSÃO

A sociedade atual impõe a seus integrantes padrões cada vez mais intangíveis em quesitos que se referem à imagem pessoal e beleza. Esses padrões aplicados cruelmente fazem com que os indivíduos busquem cada vez mais algo que é praticamente impossível de alcançar. Essa busca que se torna incessante muitas vezes acarreta no indivíduo exposto a essa situação uma insatisfação e perda da sua identidade.

Dentre as consequências, a mais difícil de ser corrigida é perda da identidade, pois essa inversão de valores faz com que a pessoa busque ser algo que não é

para satisfazer ou se aproximar do que ela acha que deveria ser.

O visagismo e a aplicação de suas técnicas devem ser utilizados como ferramenta, não somente para corrigir os erros, mas também na ajuda da busca pela identidade, na demonstração de que a beleza está nas diferenças e que as imperfeições, muitas vezes fazem da pessoa quem ela realmente é. Como as efélides, que são imperfeições que dão charme para as pessoas, que está nas tendências da moda atualmente, conforme citado pela Milla Burns a respeito do lápis que possibilita maquiar falsas sardas na face, revolucionando as idéias anteriores, onde os autores destacavam somente as técnicas para disfarçá-las.

Assim no momento em que o indivíduo aceitar sua imperfeição e entender que é perfeito, sua identidade e personalidade estarão embasadas numa estrutura que não se deixa afetar facilmente, conseguindo assim uma satisfação interior que estará presente em todas as atitudes do seu dia a dia, conseqüentemente gerando uma melhor qualidade de vida.

Os problemas com manchas e olheiras é comum entre as mulheres, um grande aliado é o corretivo, são várias técnicas na hora da aplicação, Duda Molinos utiliza apenas corretivos na cor natural, já a Kit Spencer utiliza outras

tonalidades de corretivo como na cor pêssego e logo em seguida camufla essa tonalidade com um corretivo natural.

10. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O tema proposto nesta pesquisa possibilitou uma variedade de conhecimentos que servem como embasamento para tecnólogas em estética, pois é um conceito muito usado em diversas áreas desse cotidiano, como a área da beleza, odontologia, cirurgia plástica, maquiadores, cabeleireiros e diversas outras áreas proporcionando a esses profissionais um diferencial.

Na presente pesquisa obteve-se dificuldade na busca de conteúdo referente ao tema escolhido. O assunto é muito limitado, e existem poucos autores relacionados a este. Portanto, a visão como um todo do visagismo ainda está um pouco desconhecida pela sociedade, por isso a sugestão nessa pesquisa, seria de divulgar cada vez mais este trabalho, essa proposta de transformação de uma imagem pessoal, de encontrar uma identidade única e despertar a curiosidade das pessoas para esse assunto. Quanto mais divulgado for esse conceito a busca pelos profissionais na área de estética aumentará ainda mais. Pois a beleza está diretamente ligada a auto estima, e assim ligada a conquista e ao

sucesso.

Quanto melhor a pessoa estiver em relação a sua imagem, melhor ela ficará para o resto das situações em sua vida. E não há nada melhor do que trabalhar para melhorar a vida das pessoas, ajudando a se reconhecerem perante sua imagem, melhorando na sua autoestima e autoconfiança.

11. REFERÊNCIAS

1. ANSCHAU, Viviane, 2012. Artigo: **Temperatura e estação da pele branca**. Disponível em: <<http://visagismoulbracanoas.blogspot.com.br/2012/12/temperatura-e-estacao-da-pele-branca.html>> Acesso em 16 de out. 2014.
2. BONELLI, Ludmila, 2013. Artigo: **Visagismo – Valorizando o que temos de melhorar e disfarçando nossos pontos fracos**. Disponível em: <<http://www.negocioestetica.com.br/tag/visagismo/>> Acesso em 16 out. 2014.
3. BORDIN FILHO, Sandy – **Marketing Pessoal: dicas para valorizar a sua imagem** – Rio de Janeiro: Editora: Record, 2002.
4. BURNS, Mila - **Sardas viram moda (mesmo as artificiais)**. Disponível em: <<http://www.thesptimes.com.br/sp/cresce-procura-do-visagismo-por-mulheres-em-busca-do-sucesso-profissional/>> Acesso em 15 out. 2014.
5. CEZIMBRA, Marcia - **Maquiagem: Técnicas básicas, serviços profissionais e mercado de trabalho** - Rio de Janeiro: Editora: Senac Nacional, 2005.
6. FIORENTINO, Isabella, 2013. Artigo: **Formatos de rostos**. Disponível em: <<http://www.isabella-fiorentino.com.br/materia/formatos-de-rosto/>> Acesso em 15 out. 2014.
7. GAPY, Leila, 2013. Artigo: **Visagismo** – Para criar uma imagem melhor. Disponível em: <<http://www.cruzeirodosul.inf.br/materia/463339/para-criar-uma-imagem-propria-e-melhor>> Acesso em 8 nov. 2014.
8. GUEDES, Sara, 2007. Artigo: **Como construir uma imagem pessoal e profissional**. Disponível em <http://www.psicologia.pt/artigos/imprimir_o.php?codigo=AOP0130> Acesso em 15 de out. 2014.
9. HALLAWELL, Philip. **Visagismo Harmonia e Estética– 2º ed**. São Paulo: Editora Senac 2004.
10. HALLAWELL, Phillip – **Visagismo Integrado- Identidade, estilo e beleza-** São Paulo: Editora Senac, 2009.
11. HALLAWELL, Philip. **Visagismo - Harmonia e Estética** – 6º ed. São Paulo: Editora Senac 2010.
12. HALLAWELL, Philip 2011 Artigo **Visagismo - Papel da Técnica na Construção da Imagem Pessoal**. Disponível em: <http://www.visagismo.com.br/index.php?option=com_content&view=article&id=135:visagismo-o-

- papel-da-tecnica-na-construcao-da-imagem-pessoal&catid=93:artigos&Itemid=569> Acesso em 08 set. 2014
13. HALLAWELL, Philip, 2013. Artigo: **A auto imagem**. Disponível em: <http://www.visagismo.com.br/index.php?option=com_k2&view=item&id=102:a-auto-imagem&Itemid=556> Acesso em 13 nov. 2014.
 14. KAMIZATO, Karina Kiyoko – **Imagem Pessoal e Visagismo** – São Paulo: Editora Érica, 2014.
 15. MATTOS, Doran, 2013. Artigo: **Análise de temperamentos**. Disponível em: <<http://doranmattos.blogspot.com.br/>> Acesso em 16 out. 2014.
 16. MATTOS, Doran, 2013. Artigo: **O que é o Visagismo?** Disponível em: <<http://doranmattos.blogspot.com.br/>> Acesso em 16 out. 2014.
 17. MENDES, Claudia, 2013. Artigo: **Imagem Pessoal**. Disponível em <<http://www.portaleducacao.com.br/estetica/artigos/52569/imagem-pessoal>> Acesso em 16 out 2014.
 18. MOLINOS, Duda – **Maquiagem / Duda Molinos** – São Paulo: Editora Senac – São Paulo, 2000.
 19. PADILHA, Ênio, 2010 Artigo: **Imagem Pessoal e Imagem Profissional**. Disponível em: <<http://www.eniopadilha.com.br/artigo/293/imagem-pessoal-e-imagem-profissional>> Acesso em 8 out. 2014.
 20. PAOLUCCI, Braulio. **Visagismo - A arte de personalizar o desenho do sorriso** - 1ª edição - Editora VM Cultural, 2011.
 21. SOUZA, Cleber, 2012. Artigo: **Visagismo Método Melhora a Imagem pessoal e profissional**. Disponível em: <<http://www.ulbra.br/carazinho/visagismo-metodo-melhora-a-imagem-pessoal-e-profissional/>>. Acesso em 8 out. 2014.
 22. SOUZA, Gabí, 2014. Artigo: **Cresce procura do Visagismo por mulheres em busca do sucesso profissional**. Disponível em: <<http://www.thesptimes.com.br/sp/cresce-procura-do-visagismo-por-mulheres-em-busca-do-sucesso-profissional/>>Acesso em 12 out. 2014.
 23. SPENCER, Kit – **Maquiagem - O segredo dos profissionais** – São Paulo: Editora: Marco Zero, 2012.
 24. TEIXEIRA, Silvana, 2013. Artigo: **Visagismo - uma área de atuação em plena expansão e muito valorizada**. Disponível em: <<http://www.cpt.com.br/cursos-estetica-e-beleza/artigos/visagismo-uma-area-de-atuacao-em-plena-expansao-e-muito-valorizada#ixzz3GMOOMIIF>> Acesso em 16 out. 2014.
 25. VALENÇA, Máslova Teixeira; LIMA, Sandra Maria de Souza; ZUANETTI Rose – **Salão de Beleza: maquiagem** – Rio de Janeiro: Editora Senac, 2000.
 26. VERSIANI, Vanessa, 2011 Artigo: **Imagem é poder. O poder da imagem pessoal e profissional**. Disponível em: <<http://vanessaversiani.wordpress.com>>

m/tag/visagismo-e-imagem-
corporativa/page/19/> Acesso em
08 nov. 2014.