

UM ESTUDO DA PERSONIFICAÇÃO DO VISAGISMO: A MULHER POR TRÁS DA MÁSCARA
A STUDY OF PERSONALIZATION OF VISAGISM: THE WOMAN BEHIND THE MASK

Autores

Líbia Cristine SOUSA¹

Samantha Campos Molinero ROCHA²

Resumo

Introdução: Desde os primórdios, os cosméticos já eram utilizados com a função de embelezar e aperfeiçoar. Diante das ofertas de produtos de maquiagem com alto poder de correção, as mulheres criaram uma espécie de “máscara”, buscando cada vez mais a pele perfeita. A aplicação dessa classe de cosméticos visa não só disfarçar o que incomoda, mas realçar o que vem sendo escondido, e para isso, faz-se necessário avaliar a personalidade de cada indivíduo para que se possa criar uma imagem harmoniosa. **Objetivo:** Apresentar as variações de personificação presentes no ser humano, dando preferência a classe feminina, buscando através do histórico de visagismo, expor caminhos essenciais para a composição da imagem que se deseja. **Métodos:** A metodologia utilizada foi baseada em pesquisas bibliográficas do tipo qualitativo descritiva, onde foram coletados dados de livros referentes ao tema e artigos científicos indexados no Google Acadêmico e Scielo, entre o período de 2008 a 2017. **Referencial teórico:** Cada ser possui sua individualidade, que está ligada com cores e temperamentos, sendo o visagismo aplicado nesse contexto de forma a ajudar na formação da imagem pessoal de cada indivíduo realçando sua personalidade, temperamento, arquétipo, sentimento e humor de uma mulher. Dessa forma, pode-se observar que essa máscara atua de forma positiva desde que esteja aliada com a autoestima feminina, trazendo cada vez mais o seu empoderamento. **Considerações finais:** Embora seja complexo afirmar algo sobre cada tipo de personalidade devido cada ser humano possuir sua individualidade. O visagismo presente na imagem feminina, revela exatamente o que essa mulher deseja caracterizando assim, a importância de uma composição harmônica de modo a refletir todas as nuances que compõe seu eu interior.

Palavras chaves: Maquiagem, Visagismo, Cores, Personalidade.

Filiação

¹ Graduada em Estética e Cosmética, Faculdade de Talentos Humanos, Uberaba (MG);

² Especialista em Biomedicina Estética e Docente do curso de Estética e Cosmética, Faculdade de Talentos Humanos, Uberaba (MG).

Abstract

Introduction: From the earliest days, cosmetics were already used to embellish and perfect. Faced with the offers of makeup products with high power of correction, women have created a kind of "mask", seeking more and more perfect skin. The application of this class of cosmetics aims not only to disguise what annoys but to highlight what has been hidden, and for that, it is necessary to evaluate the personality of each individual so that a harmonious image can be created. **Objective:** To present the variations of personification present in the human being, giving preference to the female class, searching through the history of visagism, exposing essential ways for the composition of the image that is desired. **Methods:** The methodology used was based on descriptive qualitative bibliographical research, where data from books related to the subject and scientific articles indexed in Google Scholar were collected between 2008 and 2017. **Theoretical reference:** Each being has its individuality, which is linked with colors and temperaments, and visagism is applied in this context in order to help in the formation of each individual's personal image by enhancing a woman's personality, temperament, archetype, feeling and mood. Thus, it can be observed that this mask acts positively as long as it is allied with female self-esteem, bringing more and more its empowerment. **Final Considerations:** Although it is complex to say something about each type of personality because each human being has their own individuality. The visagism present in the female image reveals exactly what this woman desires, thus characterizing the importance of a harmonic composition in order to reflect all the nuances that make up her inner self.

Keywords: Makeup, Visagism, Colors, Personality.

Autor Correspondente

Samantha Campos Molinero Rocha
Faculdade de Talentos Humanos, Avenida
Tonico dos Santos, 333. Bairro Jardim
Induberaba – Uberaba, MG.
samantha.molinero@facthus.edu.br.

INTRODUÇÃO

Desde os primórdios os cosméticos já eram usados com o intuito de embelezar, e a maquiagem já teve seus altos e baixos na história. Inicialmente conhecida como cosmético, a maquiagem somente recebeu a denominação correta em meados de 1920, quando finalmente saiu dos teatros para o mundo. O uso de maquiagem predominava em mulheres que se apresentavam nas telas de cinemas, hoje, é nítido que houve uma mudança com relação a essa predominância, estando presente nas ruas, no trabalho e até mesmo dentro de casa (SCHÜTZ; SCHAEFER; FRANÇA, 2011).

O mercado ofertante de marcas de maquiagem, apresentou ascensão em relação a elaboração de produtos cosméticos com maior eficácia e melhor qualidade, levando a um aumento na busca por parte das mulheres. Afinal, o que as mulheres buscam? Esconder imperfeições ou realçar o que têm de melhor? (FERRAZ; YABRUDE; THIVES, 2011).

De acordo com as ofertas de produtos com alto poder de correção das imperfeições, as mulheres criaram uma espécie de “máscara” onde na maioria das vezes, permanecem escondidas. Diante disso, a aplicação dessa classe de cosméticos visa não só disfarçar o que incomoda mas realçar o que vem sendo escondido, auxiliando na exteriorização do eu de cada mulher através da maquiagem, cabendo ao profissional maquiador, avaliar a personalidade da cliente e selecionar produtos de acordo com a tonalidade da pele e desejos da mesma, afim de criar uma imagem harmoniosa não somente para apreciação visual como também, para caracterização própria dessa mulher (RECH et al., 2010).

O objetivo deste artigo é apresentar as variações de personificação presentes no ser humano, dando preferência a classe feminina, buscando através do histórico de visagismo, expor caminhos essenciais para a composição da imagem que se deseja.

MÉTODOS

A metodologia utilizada foi baseada em pesquisas bibliográficas do tipo qualitativo descritiva, onde foram coletados dados de livros referentes ao tema e artigos científicos indexados no Google Acadêmico e Scielo, entre o período de 2008 a 2017.

REFERENCIAL TEÓRICO

A denominação maquiagem surgiu a partir do termo cosmético, oriundo do grego, que têm como significado, o “ato de embelezar” ou melhorar a aparência (SCHÜTZ; SCHAEFER; FRANÇA, 2011).

Em 3000 a.C, os egípcios foram os pioneiros na arte de criar produtos cosméticos a fim de cuidar da pele que ficava muito exposta ao sol. A partir de uma mistura de carvão em uma espécie de óleo vegetal ou gordura animal, criavam um pigmento preto muito utilizado pela lendária rainha do Egito, Cleópatra. Homens, mulheres e crianças usavam esse mesmo carvão para se protegerem dos raios solares e espantar insetos. Já os faraós, usavam uma espécie de pó verde nas pálpebras para destacar a classe social a que pertenciam (MENDES, 2011).

Aproximadamente 150 a.C, surgiu o primeiro creme facial do mundo criado pelo físico Galeno, a partir da mistura de água, cera de abelha e azeite de oliva, tendo sua fórmula aprimorada mais tarde com a substituição do azeite pelo óleo de amêndoas, incorporando bórax para formar a emulsão. Assim foi usada como base para sustentar pigmentos como dióxido de titânio. Essa formulação foi estudada como primeira base cremosa facial. Na idade média eram usados produtos naturais, como açafraão para escurecer os lábios, fuligem negra para escurecer os

cílios, sálvia para clarear os dentes, clara de ovo com vinagre para deixar a pele com aspecto mais aveludado, sendo esta, por muitos anos, usada também como primer para outros cosméticos. Na Roma, acreditavam-se que a imperatriz Popéia Sabina, tinha sua pele muito clara graças ao banho com o leite de jumenta, mas a verdade era que a bela complementava seu tratamento de pele clara, maquiando as veias do rosto e seios com uma tintura azul. A aparência translúcida usada nessa época se dava por uma mistura de giz, pasta de vinagre e clara de ovo, e foi usada por muitos anos ainda. A pele muito branca acabara se tornando moda a partir daí (SOUZA; OLIVEIRA, 2008).

Nesse contexto, ao relacionarmos essa busca histórica para a pele negra, não foram encontrados dados que referenciem tal assunto, sendo este de maior relevância social para atualidade, marcando ainda mais as diferenças e autoafirmação bem como, mais um ato de resistência vivenciado por essa população ao longo da nossa evolução.

A arte de maquiagem começou a ganhar maiores proporções nos teatros, onde se utilizava base em formato de bastão, e se fazia necessário aplicar camadas generosas, formando uma espécie de máscara, a qual passava-se despercebida pelo público devido à distância que se mantinha dos personagens. Em 1914, Max Factor criou a primeira base em creme para uso cinematográfico nos filmes em preto e branco. Tinha uma consistência mais fina e deixava uma película mais maleável sobre a pele. Max inovou também criando uma cartela de doze cores, já que alguns anos antes, a pele branca era moda no mundo todo, simbolizando limpeza e pureza. Considerado o Pai da maquiagem, Max Factor revolucionou a era, intitulando de “os loucos anos 1920”, onde as mulheres começaram a ganhar força e espaço na sociedade. Nessa era, as mulheres que usavam maquiagem eram consideradas vulgares. De forma revolucionária, foi ganhando cada vez mais espaço, deixando de ser tabu e sendo utilizada realmente para embelezar e transformar, ganhando um novo título, agora abreviado, conhecido como “make-up”. Enfrentando vários desafios, Max ainda foi o criador dos cílios postiços, maquiagem a prova d’água, batom de longa duração e, saindo dos filmes preto e branco para filmes em cores, criou também o chamado “pan-cake” (BASTEN, 2012).

Em meio a tantas evoluções, a maquiagem se tornou um item indispensável no dia a dia da mulher, se tornando um grande aliado ao empoderamento feminino, devolvendo autoestima e confiança (MIRANDA; STRAUBE, 2017).

O visagismo na visão dos estudiosos da temática

Definir o visagismo não é tão complicado quanto compreendê-lo. O termo é derivado do francês visage, que significa rosto, e foi criado por Fernand Aubry em 1937, maquiador e grande cabelereiro francês, o qual definia o visagismo como uma arte e o visagista um escultor do rosto humano. Aubry era um artista que buscava sempre identificar o tipo físico, personalidade, profissão, e preferências pessoais antes de definir um visual ideal para cada indivíduo (TRINDADE et al., 2017).

O filósofo grego Empédocles, acreditava que tudo dependia dos quatro elementos, ar, água, terra e fogo. Anos mais tarde, Hipócrates, se basearia nos estudos de Empédocles, formulando sua teoria sobre o temperamento humano. Segundo ele, o corpo possui quatro temperamentos ou humores, de acordo com o domínio de quatro fluidos corporais: sanguíneo (sangue), fleumático (fleuma), colérico (bílis amarela), melancólico (bílis negra). A personalidade se manifesta fisicamente, porém não é preciso analisar minuciosamente uma pessoa, se souber avaliar as quatro linhas do rosto e identificá-las em suas feições. Philip Hallawell cria um método para colocar em prática os estudos do

filósofo, baseando-se no conhecimento visual, que permite ler os símbolos arquetípicos na estrutura do rosto, nas feições e nas cores, interpretá-los e associá-los às características de cada temperamento (HALLAWELL, 2010b).

Phidias, um celebre escultor e criador de sua era, foi fundador de uma escola de estética de grande influência. É atribuído a ele, a chamada “proporção áurea”, formulando sua própria ideologia de beleza. Embora tenha nomeado a equação instigando outros filósofos a continuarem a evolução de seus estudos, a proporção áurea, vinha sendo estudada a cerca de 1650 a.C, por Rhind ou Ahmes. Em seus escritos, eles denominaram de “divina proporção”. Naquela época, eles perceberam que as construções e artes eram resultados de um retângulo, seguido de sua relação comprimento e largura, onde a razão era de aproximadamente 1,618. Assim pode-se observar que as pirâmides egípcias e as antigas arquiteturas gregas como o Parthenon, possuem retângulos proporcionais (SOUZA; SOUSA; MONTE, 2015).

Isaac Newton foi o primeiro a organizar as cores através de seu descobrimento conhecido como fenômeno de dispersão da luz, que por meio do experimento com um prisma triangular transparente, observou que a luz solar ao atravessar o prisma, se dissipava nas seguintes cores: vermelho, laranja, amarelo, verde, azul, anil e violeta. A partir dessa descoberta, as cores passam a ser organizadas em círculo e possuía sete cores principais, que estavam relacionadas com os sete planetas e com as sete notas musicais da escala diatônica. Um século mais tarde, o francês Jean C. Le Bon, desenvolveu a teoria das cores primárias tornando-a, base de qualquer estudo sobre cores (CARNEIRO, 2014).

Johann Wolfgang von Goethe, escritor, dramaturgo e pintor alemão, refez os experimentos de Newton, ampliando as perspectivas da investigação científica, associando as cores com o indivíduo, onde considerou a relação temperamento/ tom de pele, descritos por Empédocles. Goethe se baseou na ideia de que as cores têm caráter próprio e criou a famosa Teoria das cores.

Johannes Itten desenvolveu o projeto “Color Star”, permitindo descobrir combinações harmoniosas entre as cores. Em 1939, baseado nos estudos de Itten, Robert Dorr, escritor e pesquisador norte-americano, idealizou o “Color Key System”, classificando as cores como quentes ou frias. Muitas pesquisas foram realizadas a partir desses conceitos de cor e, em 1942, a artista plástica Suzanne Caygill, concluiu uma pesquisa que resultou na descoberta de 32 tons de pele, subdividindo-as em 4 categorias com 8 tons cada uma. Essa descoberta ganhou o nome de “color harmony”. Essas categorias foram classificadas de acordo com as estações do ano: primavera, verão, outono e inverno. Sendo, outono e primavera classificados como quentes, verão e inverno como frias (PRADO; EMILIANO, 2017).

Carl Gustav Jung, fundador da Psicologia Analítica, dedicou seus estudos sobre expressão do inconsciente. Mostrando que, enquanto o inconsciente pessoal consiste de coisas materiais e complexos reprimidos, o inconsciente coletivo é composto de uma tendência para se sensibilizar com imagens, símbolos que carregam sentimentos profundos de apelo universal. Segundo ele, assim como animais e homens possuem instintos, nosso inconsciente também, podendo este vir à tona por meio de variadas expressões sendo uma delas a maquiagem (TRINDADE et al., 2017).

Conceito de Beleza

A busca pelo conceito de beleza, cujos padrões sofreram alterações no decorrer dos séculos, mudam constantemente junto com as tendências e modas e sua distinção de um povo para outro e, muitas vezes, da valorização dada a ela pelo mercado de trabalho e pela sociedade (TRINDADE et al., 2017).

A proporção áurea é fundamental para a estética, pois se trata de uma proporção considerada perfeita. Descoberta por matemáticos da antiguidade o número phi ($\Phi = 1,618034\dots$), também chamado número de ouro, está por trás de importantes obras da arquitetura clássica, pinturas, esculturas e na natureza, incluindo o rosto humano que é de extrema importância para o visagista. O número de ouro é utilizado como um conceito de beleza, no qual os rostos que apresentam medições próximas a este número são considerados belos, compondo assim a proporção facial (HALLAWELL, 2010a).

Para obter harmonização das linhas da beleza, recorre-se à proporção, na forma sócioantropológica. Cabe analisar uma variável cujo valor é tão ou mais importante, a depender da maneira que se aplica à equação da beleza, nos comportamentos humanos frente à manifestação do belo em seus rostos (CAMARGOS; MENDONÇA; DUARTE, 2009).

Proporção facial

Para descobrir a proporção de um rosto é preciso medir a altura e largura do mesmo. Após alguns estudos e pesquisas, definiu-se que a média de altura do rosto feminino é de 18 centímetros e sua largura 12 centímetros. A primeira proporção a se obter é a largura do rosto em relação à altura do mesmo. A segunda proporção é obter a medida da distância da testa (linha do cabelo até início das sobrancelhas), da altura do nariz (início da sobrancelha até a base do nariz), e queixo. Todas as medidas terão que ser aproximadamente iguais. Em seguida deve ser feita uma medida entre a região mediana do ápice do nariz até a região do zigomático e posteriormente, entre a região mediana do ápice do nariz até a orelha. Deve se comparar também a largura dos olhos com a base do nariz, e em seguida a distância entre os olhos. A distância entre o olho e o queixo deverá ser proporcional à distância entre o olho e o topo da cabeça. Compare essa mesma distância entre a ponta do nariz e a orelha e entre a orelha e a parte de trás da cabeça. Observa-se que as proporções não se diferem muito de uma pessoa para outra, exceto o formato de seus rostos. Esse é o que faz cada pessoa ter sua individualidade (HALLAWEL, 2010).

Máscara de Phi

Com a intenção de obter o rosto perfeito, o cirurgião plástico Steven Marquardt se baseou nas teorias de Phidias com seus cálculos sobre a proporção áurea, e desenvolveu a máscara de Phi, que recebeu esse nome em homenagem ao físico. Para que a pessoa seja considerada “matematicamente bela”, o rosto deve se encaixar perfeitamente nessa máscara (SOUZA; SOUSA; MONTE, 2015).

Embora dê a impressão de que foi criada com o intuito de apresentar que só é belo o que é perfeito, não foi bem para isso que a máscara de Phi, ou máscara de Marquardt surgiu. Um rosto que não se encaixa nos cálculos da máscara precisa de algumas correções, sendo essas realizadas através de maquiagens, no intuito de fazer com que as mulheres se sintam mais bonitas. Assim a criação de Marquardt é mencionada em workshops de maquiagem, e usada até hoje com essa intenção (TRINDADE et al., 2017).

“A beleza não está no rosto, a beleza é uma luz que vem de dentro.” (NABUCO, 2014).

Autoestima feminina

A imagem que uma mulher produz de si mesma está alicerçada a sua autoestima, sendo assim a principal construtora

de sua personalidade. A imagem pessoal é aquilo que se deseja exteriorizar às outras pessoas, quando uma mulher está bem com sua imagem, ela consegue transmitir segurança e confiança as pessoas (KAMIZATO, 2014).

Segundo os gregos a beleza está interligada a saúde, dessa forma se estruturaram em nobreza, beleza e saúde. Considerando que a beleza de uma pessoa revela qualidades internas da mesma, revelando seu estado físico mental. Nesse caso, a autoestima, se torna uma avaliação pessoal que o ser humano faz de si mesmo (MIRANDA; STRAUBE, 2017).

O que temos encontrado nos dias atuais, é que as mulheres confundem autoestima com imagem perfeita. A crescente da maquiagem no mercado tem aumentado essa busca por perfeição, muito se acredita em estar bonita somente quando se está maquiada, e isso engloba também as vestimentas. As mulheres procuram muito seguir o padrão de beleza das atrizes de novela por exemplo ignorando muitas vezes sua beleza interior, isso faz com que estejam “belas”, ou seja, uma aparência externa agradável aos olhos das pessoas (MIRANDA; STRAUBE, 2017).

A personalidade das cores

A cor de uma roupa, cabelo ou maquiagem, transmite muito sobre uma mulher, ou seja, quando ela escolhe uma determinada cor de batom por exemplo, chama atenção dos olhares ao redor. Quando se olha um determinado objeto, ele percorre um caminho a partir do campo visual, então, quando se olha uma determinada cor, ela percorre um caminho após os impulsos visuais, passando pelo sistema límbico e pelo córtex cerebral causando assim uma percepção emocional. A cor foi definida como onda de energia luminosa, refletindo um sentimento em um determinado momento, contribuindo para definir a imagem pessoal do indivíduo em questão (PRADO; EMILIANO, 2017).

Significado das cores

De acordo com o quadro abaixo, as cores possuem significados e personalidade, por isso nunca é escolhida ao acaso, seja para um encontro romântico, uma reunião de trabalho, ou até mesmo porque aquela cor te faz bem (KAMIZATO, 2014).

Quadro 1 – Personalidade das cores segundo Kamizato (2014).

Cor	Personalidade e significado
Vermelho	Representa paixão, coragem. Personalidade dramática, sexy, extrovertida e agressiva.
Azul	Traz respeito e serenidade. Personalidade calma, sincera, comunicativa, paciente e pensativa.
Amarela	Cor quente, estimulante. Representa iluminação e dinheiro. Possui uma personalidade alegre, receptiva, geralmente uma imagem extrovertida para quem usa.
Laranja	Cor forte e enérgica. Espontaneidade e audácia.
Violeta	Inspira nostalgia, cor mística. Personalidade sonhadora, apaixonada, inteligente
Verde	Cor relaxante. Representa paz interior, ajuda a rejuvenescer. Receptiva, tranquilidade, simpatia, docilidade.
Preto	Transmite poder, elegância e mistério. Carrega uma personalidade firme, forte, autoritária.
Branco	Cor da pureza, esperança, limpeza. Transmite inocência e expressividade.
Cinza	Representa sabedoria, eficiência e refinamento. Personalidade calma, conservadora, modesta, poderosa.
Marrom	Cor da humildade, não transmite muita emoção. Personalidade resistente, estável e educada.
Rosa	Cor de aconchego. Transmite calma, amor e vitalidade. Personalidade romântica, afetuosa, sensível, delicada e doce.

Coloração Pessoal – Estações

Suzanne Caygill desenvolveu o sistema “Color Harmony” que define quatro categorias relacionadas às estações do ano. Cada estação é caracterizada pela temperatura predominante, quente ou fria, que poderá corresponder a personalidade de um indivíduo. Fazer afirmações sobre personalidade de uma pessoa exige cautela, porém, as cores são capazes de auxiliar nessa definição, dizendo se algo combinou ou não. A tonalidade da pele serve para ajudar na hora de escolher um batom, uma roupa e até mesmo na hora de escolher a cor do cabelo (PRADO; EMILIANO, 2017).

As peles tipo primavera, possuem características quentes com tonalidade dourado-amarelada, muito comuns em mulheres de cabelo loiro-dourado natural ou castanho-médio. O temperamento sanguíneo se associa muito a esse tipo de pele, por isso deve tomar cuidado com algumas tonalidades de amarelo. Geralmente combina muito com tons de marrom, tons corais e verdes quentes. As peles outono também se enquadram nessa escala de tons quentes, porém são classificadas como avermelhadas, geralmente as ruivas. Pertence ao temperamento colérico, por isso é importante evitar artefatos de cor vermelha, apesar de combinar muito. Cores avermelhadas e alaranjadas também são indicadas, assim como azul cor de jeans. As peles inverno e verão são peles frias, sendo a inverno de tom amarelado com fundo roxo, caracterizada por palidez e opacidade, essas, deverão tomar cuidado com a exposição ao sol, pois mancham facilmente. Associada com temperamento fleumático, as peles inverno combinam muito com vermelhos frios, como vinho, além de tons intensos de verde, azul, e tons frios de cinza. A diferença da pele inverno com a pele verão, é que ela se caracteriza por ser uma tonalidade mais rosada e delicada, comuns em pessoas de pele bem clara e loiras, correspondente ao temperamento melancólico. Tons de rosa, cores mais claras, magenta, marrom mais rosado e ameixa, são combinações excelentes (HALLAWELL, 2010b).

Classificação das peles negras

A pele negra possui uma mistura de cores maior quando comparada às peles claras, por isso não deve ser analisada da mesma forma. Existem seis grupos que separam a pele negra, sendo duas quentes, duas neutras e duas frias. Começando pela Nilo, uma tonalidade mais clara e fria a qual possui uma mistura de cores cremosas como, chocolate branco, bege, marrom rosado e marfim, combinando muito com tonalidades frias e neutras. Cores muito escuras podem deixar essa pele opaca. Outro grupo de tonalidade fria é o Blues, que corresponde a uma tonalidade muito escura com fundo azulado. Combina muito com cores puras e frias como carmim, bordô e azul. Os grupos Jazz e Saara são tonalidades mais neutras, uma vez que combinam com tons quentes e frios, porém tendem a puxar mais para o frio. O que diferem uma da outra é que o tom Jazz, possui uma tonalidade mais escura de fundo verde, e a Saara é amarelada com um fundo roxo. Existe ainda, as cores Calypso e Spike, pertencentes à categoria dos quentes. A pele calypso é dourada semelhante a primavera, porém mais escura e a tonalidade spike apresenta um fundo mais avermelhado (PRADO; EMILIANO, 2017).

Temperamentos segundo Hipócrates

Segundo Hipócrates, existem quatro temperamentos conforme o domínio dos fluidos corporais. O temperamento tipo sanguíneo, geralmente é mais expansivo, extrovertido e otimista, sempre muito alegre, mas em contrapartida, muito impulsivo,

irritável, impetuoso e isso pode se tornar muito negativo (HALLAWELL, 2010b).

O tipo fleumático, vindo do fleuma, possui um temperamento muito sonhador, pacífico e dócil, mas pode ser muito apático, acomodado e alienado. O tipo colérico, é muito ambicioso e dominador, empregado de forma correta pode ser positivo, mas é necessário cautela. Por fim, o tipo melancólico, caracterizado por pessoas muito artísticas e detalhistas, muito disciplinadas e perfeccionistas, entretanto, podem ser muito rancorosos, nervosos e tendem ao pessimismo e solidão (TRINDADE et al., 2017).

Assim como as tonalidades da pele, os temperamentos possuem cores que favorecem determinadas combinações, destacando tanto os pontos positivos quanto aflorando os negativos, por isso a importância do conhecimento na hora de propor uma maquiagem, preocupando sempre em realçar somente o que for positivo (HALLAWELL, 2010a).

Os arquétipos

Carl Gustav Jung, como fora mencionado anteriormente, desenvolveu os chamados arquétipos, que para ele são um conjunto de imagens psíquicas que se encontram no inconsciente coletivo e que podem ser lembranças genéticas, porém em um grupo de informações automáticas que fazem o indivíduo acreditar em determinado comportamento. Normalmente, os arquétipos se expressam através de símbolos, que constituem uma composição estrutural oculta aos olhos humanos. Alguns arquétipos conquistam uma certa independência no indivíduo se destacando e tornando âmbito da consciência individual (CHAVES et al., 2014).

Os arquétipos estão ligados a mitologia, dando verdadeiro significado as estórias que são passadas de geração em geração. Existem 12 arquétipos principais, que estão presentes no cotidiano e podem ser relacionados com o ser humano. São eles, o governante, o prestativo, o amante, o sábio, o mago, o cara comum, o criador, o bobo da corte, o inocente, o explorador, o herói, o fora da lei. A influência que se pode ter desses arquétipos na imagem feminina por exemplo, é a postura, que muitas vezes está expressa na maquiagem, ou na maneira de vestir. Por exemplo, mulheres que possuem o arquétipo do criador geralmente são muito criativas, com estilos mais despojados, maquiagens mais exuberantes, e se destacam muito no que fazem (CALMON, 2016).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A maquiagem teve sua evolução ao longo dos anos até ser chamada de “*make-up*” como nos dias atuais, porém o objetivo e função foram sempre os mesmos, embelezar e aperfeiçoar. Hoje a maquiagem é imprescindível na composição da imagem pessoal, pois ela ajuda a revelar a personalidade, temperamento, arquétipo, sentimento e humor de uma mulher.

Embora seja complexo afirmar algo sobre cada tipo de personalidade, pois cada ser humano possui sua individualidade, principalmente as mulheres, o visagismo presente na imagem revela exatamente o que essa mulher deseja. Por isso a importância da composição harmônica de uma imagem.

A máscara nesse caso, pode atuar de forma positiva ou negativa, ela só precisa estar aliada com seu eu interior, para que não prejudique sua autoestima, nem mesmo denigre sua imagem pessoal.

REFERÊNCIAS

- BASTEN, F. E. **Max Factor: O homem que mudou as faces do mundo**. São Paulo: Matrix, 2012.
- CALMON, Pedro. **Os Arquétipos de Jung**. 2016. Disponível em: < <http://www.antroposofy.com.br/forum/os-arquetipos-de-jung/>>. Acesso em: junho 2018.
- CAMARGOS, C. N.; MENDONÇA, C. A.; DUARTE, S. M. *Imagem visual do rosto humano: simetria, textura e padrão*. 2009. 16 f. Artigo Científico – Faculdade de Saúde Pública, Universidade de São Paulo, 2009.
- CARNEIRO DE ARAUJO, Leonardo. **A teoria das cores de Goethe**. 2014. Disponível em: <<http://www.antroposofy.com.br/forum/artigos/>>. Acesso em: abril 2018.
- CHAVES, D. M. B. M.; ALENCAR M. M. C.; VICENTE R. S.; BEZERRA, A. K. G. *Os arquétipos femininos nas telenovelas brasileiras*. 2015. 12 f. Dissertação Trabalho de Conclusão de Curso em Arte e Mídia e Comunicação Social com habilitação em Jornalismo. – Universidade Estadual da Paraíba, Campina Grande, 2015.
- FERRAZ, I. R.; YABRUDE, N. W.; THIVES, F. M. O leva o consumo pela maquiagem. 2011. 30f. Dissertação de Graduação em Cosmetologia e Estética. – Universidade do Vale do Itajaí, Balneário Camboriú, 2011.
- HALLAWELL, P. **Visagismo – harmonia e estética**. – 6ª ed. – São Paulo: Editora Senac, 2010a.
- HALLAWELL, P. **Visagismo integrado: identidade, estilo e beleza**. – 2ª ed. – São Paulo: Editora Senac, 2010b.
- KAMIZATO, K. K. **Imagem pessoal e Visagismo**. – 1ª ed. – São Paulo: Érica, 2014.
- MENDES, S. S. Apostila de maquiagem. CETEP Duque de Caxias. P. 3, jul. 2011. Disponível em: <https://designvisualuff.files.wordpress.com/2011/07/apostila_d_e_maquiagem.pdf> Acesso em: abr. 2018.
- MIRANDA, J. G.; STRAUBE, A. *Visagismo: a relação entre Estética e Autoestima*. 2011. 9f. Dissertação de Trabalho de Conclusão de Curso de Tecnologia em Estética e Imagem Pessoal, Universidade de Tuiuti do Paraná, Curitiba, 2011.
- NABUCO; Cristiano. A psicologia da maquiagem. 2014. Disponível em: <<https://cristianonabuco.blogosfera.uol.com.br/2014/07/30/a-psicologia-da-maquiagem/>>. Acesso em: março 2018.
- ONEDA, L. L.; PERIN, M.; THIVES, F. *A influência da maquiagem na imagem pessoal*. 2008. 13f. Dissertação de Trabalho de Conclusão de Curso em Tecnologia de Cosmetologia e Estética – Universidade do Vale do Itajaí, Balneário Camboriú, 2008.
- PRADO, M. C.; EMILIANO, S. *A harmonia da cor na imagem pessoal através da maquiagem*. 2017. 20f. Dissertação de Trabalho de Conclusão de Curso em Tecnologia de Estética e Imagem Pessoal - Universidade Tuiuti do Paraná, Paraná, 2017.
- RECH, G.; HEIDERSCHIEDT, I.; THIVES, F. M.; ROSA R. A. *Camuflagem cosmética: o uso da maquiagem para a correção dos defeitos da pele*. 2010. 14f. Dissertação de Graduação em Cosmetologia e Estética. - Universidade do Vale do Itajaí, Florianópolis, 2010.
- SCHUTZ, C. P.; SCHAEFER, M.M.; FRANÇA, A. J. von B. u. V. *Linha do tempo: a história da higiene e do embelezamento*. 2011. 21f. Dissertação de Graduação em Cosmetologia e Estética. – Universidade do Vale do Itajaí, Balneário Camboriú, 2011.
- SOUZA, D. V.; SOUSA, F. B.; MONTE, G. S. *A máscara de PHI: a beleza que só a matemática explica*. 16f. IJEM – Jornada de Estudos em Matemática. 30 out. 2015. Disponível em: < https://jem.unifesspa.edu.br/images/Anais/v1_2015/CC_201509_79002_A_mscara_de_PHI.pdf>. Acesso em: abr. 2018.
- SOUZA, N. M.; OLIVEIRA, M. E. A. *A história da beleza através dos tempos*. 2008. 43f. Dissertação de Pós-Graduação em Docência de Nível Superior - Universidade Candido Mendes, Rio de Janeiro, 2008.
- TRINDADE, R.; TRINDADE, T.; ANDRÉ, C. et al. **Visagismo Acadêmico**. – 1ª ed. – São Paulo, 2017.