

## **Visagismo e Estudos Culturais: tramas estéticas na expressão da identidade<sup>1</sup>**

Lilian Moreira de LIMA<sup>2</sup>  
Cilene VICTOR<sup>3</sup>  
Universidade Metodista de São Paulo

### **RESUMO**

O artigo tem como objetivo investigar a influência da cultura nas percepções estéticas e o papel do visagismo na expressão visual da identidade. Para analisar o impacto da cultura nas percepções estéticas e o papel do visagismo na articulação da identidade visual, o referencial teórico contempla dois campos do conhecimento, o dos Estudos Culturais e o do Visagismo. A metodologia compreende a revisão da literatura na área do Visagismo para compreender seu diálogo com a comunicação. Os resultados revelam uma compreensão ampliada da estética, o que, por sua vez, proporcionou uma perspectiva que transcende a ideia de estética, abordando as complexas relações entre cultura, identidade e expressão visual.

**PALAVRAS-CHAVE:** Comunicação; Visagismo; Estudos Culturais; Identidade Cultural.

### **INTRODUÇÃO**

A comunicação tem função central nas trocas culturais, sobretudo por possibilitar aos indivíduos e grupos uma variedade de formas, meios e linguagens de expressão, pertencimento e percepção. Nesse contexto, as identidades individuais e coletivas vão definir os traços dessa comunicação, de suas expressões e de sua essência como um todo. Nesta linha, o visagismo vai definir como as identidades serão percebidas e aceitas, interferindo direta ou indiretamente nas trocas culturais. Isso porque essa prática profissional e campo do conhecimento tem sido historicamente reduzido à ideia de valorização da aparência e da manutenção dos padrões de beleza,

Criado por Fernandy Aubry, na década de 1930, o visagismo não pode, como alerta Hallawell (2010), ser interpretado, reconhecido ou simplificado como meio de

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho (GT05SE - Comunicação e moda), evento integrante da programação do 27º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 30 de maio a 1º de junho de 2024.

<sup>2</sup> Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, da Universidade Metodista de São Paulo (UMESP), membro do grupo de pesquisa Jornalismo Humanitário e Media Interventions (HumanizaCom). Bolsista CNPq - Código de Financiamento 001. Email: [lilimolima21@gmail.com](mailto:lilimolima21@gmail.com)

<sup>3</sup> Orientadora da pesquisa. Professora titular do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, Universidade Metodista de São Paulo (UMESP), líder do grupo de pesquisa Jornalismo Humanitário e Media Interventions (HumanizaCom). Email: [cilene.victor@metodista.br](mailto:cilene.victor@metodista.br)

garantir o embelezamento. Superando a ideia da reprodução de padrões estéticos, o visagismo busca ressaltar, por meio de harmonização de elementos estéticos, como corte de cabelo, maquiagem e estilo de vestimenta, características distintas e estabelecer conexões com as identidades individuais e culturais das pessoas.

Nos últimos anos, os conceitos de identidade no contexto do visagismo têm experimentado uma expansão significativa, recebendo maior atenção e estudo. Isso evidencia que o visagismo transcende a mera prática estética, transformando-se, inclusive, em objeto de estudos e pesquisas sobre identidade, seja ela individual ou coletiva. Essa abordagem considera vários elementos, como crenças, valores, características individuais e coletivas. Nesse sentido, torna-se necessário explorar as conexões entre comunicação e trocas culturais, identidade e estética.

Ao recorrer às conexões entre os Estudos Culturais e o visagismo, o presente artigo tem o objetivo de investigar a influência da cultura nas percepções estéticas e o papel do visagismo na expressão visual da identidade. Ao abranger uma diversidade de temas relacionados à cultura, comunicação e sociedade, amparados nos Estudos Culturais, esta pesquisa reconhece a importância e as contribuições dessa corrente teórica da comunicação para o aprofundamento dos estudos no campo do visagismo. Com isso, visa-se estabelecer um processo de aprendizado e reconhecimento das conexões entre estética, cultura e identidades na sociedade.

Para alcançar o objetivo proposto, a metodologia contempla a revisão da literatura na área do visagismo, com ênfase nas contribuições de Philip Hallawell, e a leitura crítica dos Estudos Culturais por Luís Mauro de Sá Martino. Esse enfoque metodológico permitirá uma análise da conexão entre os dois campos, contribuindo para uma compreensão mais profunda do visagismo e das conexões entre comunicação, cultura, estética e sociedade.

## **VISAGISMO, ESTUDOS CULTURAIS E IDENTIDADE**

O visagismo, tradicionalmente ligado à busca pela harmonia estética, expandiu seu escopo para entender a construção e representação das identidades, adentrando dimensões culturais e sociais. Nos últimos anos, observou-se que essa área visa também revelar as qualidades interiores e a personalidade por meio da imagem pessoal, realçando sua importância em diversos aspectos da vida, conforme destacado por Hallawell (2010).

A ênfase está na análise aprofundada e personalizada da imagem, contrapondo-se às soluções estéticas genéricas e imediatas. Hallawell (2010) argumenta que tal abordagem demanda criatividade e a incorporação de novas tecnologias para uma autêntica expressão da identidade.

Nessa linha, Dias (2012) ressalta a importância da estética, não apenas como domínio da sensibilidade, mas como uma arena de contemplação e harmonia. Esta abordagem estética contribui para ampliar a compreensão da identidade, uma vez que o objeto estético, segundo ele, evoca uma admiração desinteressada e uma harmonia que reflete um ideal de felicidade, fundamental na construção de uma identidade qualitativa.

A prática visagista, no entanto, enfrenta desafios, provocados pela crença de que esse trabalho seja apenas estético, provocando insegurança profissional quando envolvidos em questões do campo da psicologia. Segundo Tacla, aqueles que lidam com a imagem vão afetar, de uma forma ou de outra, as pessoas psicologicamente (Tacla apud Hallawell, 2010). Nessa perspectiva, a resistência de alguns profissionais à adoção da abordagem psicológica pode acabar limitando o visagismo à estética de forma superficial, ignorando que toda imagem contém símbolos arquetípicos na estrutura de sua composição e na cor, que são processados emocional e subliminarmente pelo cérebro (Hallawell, 2010).

Martins (2014) compreende as imagens como fenômenos visuais, como elementos determinantes no processo de aprendizagem e interação social. Esta compreensão fortalece a abordagem do visagismo ao considerar a imagem pessoal não só como uma representação estética, mas como um complexo fenômeno de interações sociais e culturais, refletindo o modo como nos relacionamos com o mundo e com nós mesmos.

Neste contexto, uma abordagem profissional reducionista, sem um conhecimento aprofundado acerca das conexões entre a estética e a identidade cultural, pode configurar um risco significativo. Essa premissa ganha relevância quando consideramos o papel fundamental que o rosto desempenha na expressão e reconhecimento da identidade de uma pessoa. O rosto, como a manifestação visível do ser, emerge como um componente central na construção do senso de identidade, iniciando-se em uma fase específica da infância (Hallawell, 2010).

Ritter (2020) enfatiza que a crescente demanda por tecnologia na produção de imagens no meio virtual revela uma dinâmica contemporânea importante. Este fato sublinha a necessidade de o visagismo adaptar-se às novas realidades tecnológicas, garantindo que a expressão da identidade por meio da imagem pessoal seja precisa e significativa, tanto no ambiente real quanto no digital.

Como apontado por Ritter (2020), o contexto do ambiente virtual impõe novos desafios ao visagismo e ao entendimento da imagem, lembrando que para Hallawel (2010) o desenvolvimento da imagem pessoal começa já na infância, influenciado pela família, e continua a evoluir ao longo da vida por meio de interações sociais, sendo crucial para a formação da identidade. O autor destaca que a imagem refletida no espelho pode não corresponder ao verdadeiro eu, o que gera conflitos identitários. Ele sugere que o visagismo pode revelar e proteger a identidade contra pressões culturais, destacando a importância de técnicas de visagismo bem aplicadas, melhorando a autoestima e o bem-estar, enquanto abordagens inadequadas provocam o efeito contrário, sobretudo para as minorias (Hallawell, 2010). Por isso, a importância de integrar, na visão do autor, a compreensão da imagem pessoal com a cultura e a história.

Nesse sentido, é essencial aprofundar o estudo de diversos autores que possam enriquecer a compreensão do impacto da identidade pessoal e coletiva em uma sociedade moldada por crenças preexistentes, destacando, portanto, os Estudos Culturais como uma das correntes teóricas da comunicação para uma abordagem mais plural e transversal do visagismo, especificamente para a compreensão das conexões entre identidade, sociedade cultural, raça, gênero (Martino, 2021). A integração dos Estudos Culturais ao visagismo oferece uma perspectiva interdisciplinar rica para a compreensão das identidades individuais e coletivas, evidenciando a necessidade de abordar a construção da identidade fora dos limites estéticos.

Nessa linha, este artigo argumenta que a influência da cultura, da mídia e da estética é fundamental na modelagem da identidade, uma visão apoiada pelo surgimento dos Estudos Culturais como uma disciplina acadêmica interdisciplinar no século XX. Martino (2021) observa que essa área se expandiu para incluir uma análise crítica de como a cultura popular e a mídia de massa afetam a sociedade, abrangendo literatura, cinema, música, e mais, com contribuições significativas de teóricos como Hoggart, Williams e Thompson.

A conexão entre Estudos Culturais e visagismo é explorada por meio do impacto da cultura e da mídia na formação da identidade, com o modelo "Encoding/Decoding" de Stuart Hall, destacado por Martino (2021) como um meio de compreender a produção e recepção de mensagens culturais. Esse modelo sugere que a mídia atua ativamente na cultura, influenciando e sendo influenciada por relações de poder e identidade. A análise de Martino (2021) sugere que a recepção das mensagens midiáticas é um processo ativo, na qual o público utiliza a cultura para gerar significados pessoais e coletivos, desempenhando um papel ativo na formação cultural.

No contexto contemporâneo, o visagismo evoluiu para além do aperfeiçoamento estético, tornando-se uma prática influente na expressão da identidade (Hallawell, 2010). Influenciado por uma diversidade de fatores culturais e impulsionado pela globalização, o visagismo abraça a diversidade cultural, misturando estilos e elementos estéticos globais. Essa prática reflete não apenas a estética, mas também as subculturas e movimentos de resistência cultural, desafiando as normas estéticas convencionais e promovendo uma expressão autêntica da identidade (Hansford, 2012 apud Nunes, 2015).

A mídia, juntamente com celebridades e influenciadores, desempenha um papel significativo na modelagem das tendências estéticas, enquanto a tecnologia e a realidade aumentada oferecem novas oportunidades para explorar a identidade visual. A combinação entre os estudos de Hall (1990) e os de Hallawell (2010) sugere que o visagismo seja visto como uma produção contínua da identidade, uma narrativa em constante evolução que ultrapassa a representação superficial.

As lentes dos Estudos Culturais contribuem para que o visagismo alcance uma abordagem mais ampla e complexa da cultura, analisando a interação entre mídia e estética na modelagem e representação da identidade. Essa relação bidirecional desempenha um papel essencial na maneira como entendemos e manifestamos a identidade, tanto no âmbito individual quanto no coletivo.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Este artigo analisa a relação entre os Estudos Culturais e o Visagismo, ilustrando como o visagismo é mais do que uma prática estética para se tornar um meio, caminho e instrumento para compreender a expressão da identidade, tanto pessoal quanto coletiva.

Destaca-se a influência das normas culturais nos padrões de beleza e como o visagismo contribui para desconstruir estereótipos e valorizar a diversidade. Por meio de uma abordagem teórica, o estudo investiga a interação entre cultura e estética, usando o modelo "Encoding/Decoding" de Stuart Hall como exemplo de como a mídia molda nossa percepção identitária.

O visagismo é apresentado como um campo dinâmico que não apenas reflete, mas também desafia e remodela os padrões culturais de beleza, oferecendo novas maneiras de entender a identidade em um contexto cultural amplo. O artigo sugere a importância de uma abordagem interdisciplinar para futuras pesquisas no campo do visagismo, visando alcançar a complexidade da identidade visual em diversos contextos culturais.

## REFERÊNCIAS

DIAS, M. C. **Ética e estética**: por um ideal estético de uma vida ética. In: GONZÁLEZ, M. E. Q.; BROENS, M. C.; MARTINS, C. A.(org.). Informação, Conhecimento e Ação Ética. Marília: Oficina Universitária; São Paulo: Cultura Acadêmica, 2012. p. 81-90

HALL, Stuart. Cultural Identity and Diaspora. In: Rutherford, J. (Org.). **Identity: community, culture, difference**, London: Lawrence and Wishart, 1990, pp. 222-237. Tradução de Regina Afonso.

HALLAWELL, Phillip. **Visagismo Integrado**: Identidade, estilo e beleza. 2ª. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2010.

MARTINO, Luís Mauro de Sá. **Teoria da comunicação**: ideias, conceitos e métodos. 6ª. Ed. Revisada e atualizada. Petrópolis, Rj: Vozes, 2021.

MARTINS, Raimundo. Implicações de distintas compreensões de cultura visual. **Revista Digital do LAV**, vol. 7, núm. 3. Universidade Federal de Santa Maria Santa Maria, Brasil, 2014. p. 40-52

NUNES, Leandro Anderson de Loiola. Visagismo: Imagem humana como meio de comunicação. In: XVI Congressode Ciências da Comunicação na Região Sul. Joinville, SC, 2015. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/sul2015/resumos/R45-0084-1.pdf>. Acesso em: 05/01/2024.

RITTER, Fabio. **Visagismo no ambiente virtual**: uma análise do design digital de aplicativos de beleza e estética. Dissertação de Mestrado. São Paulo: Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2020, 87 páginas.