

O FUTURO DO VISAGISMO: entre a linguagem estética, a tecnologia e a ética cultural¹

Lilian Moreira de Lima²

Cilene Victor³

Universidade Metodista de São Paulo - UMESP

RESUMO

O artigo tem como objetivo investigar os caminhos possíveis do visagismo enquanto linguagem estética e comunicacional, considerando seu papel na expressão visual da identidade em contextos marcados por transformações culturais, tecnológicas e éticas. O referencial teórico articula contribuições dos Estudos Culturais, da Comunicação e do Visagismo, com base em autores como Stuart Hall, Edgar Morin, Pierre Lévy, Lúcia Santaella e Philip Hallawell. A metodologia consiste em revisão de literatura com foco na relação entre estética, subjetividade e representação. Os resultados parciais apontam para uma ampliação do conceito de estética no visagismo, que passa a ser compreendido como prática simbólica, inclusiva e culturalmente situada, capaz de articular identidade, diversidade e sustentabilidade por meio da imagem.

PALAVRAS-CHAVE: Visagismo; Estética; Identidade cultural; Comunicação; Sustentabilidade.

INTRODUÇÃO

O visagismo, tradicionalmente compreendido como a arte de criar uma imagem pessoal em harmonia com a identidade do indivíduo, tem se transformado em um campo expandido indo além da beleza, adentrando os territórios da comunicação, da cultura e da subjetividade. Na contemporaneidade, sua prática não se restringe à estética facial ou capilar, mas se afirma como uma linguagem visual que traduz simbolicamente o modo como os sujeitos desejam ser percebidos, reconhecidos e representados. Essa expansão conceitual torna o visagismo um objeto de interesse das ciências humanas e sociais,

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho (GT28SE - Comunicação e moda), evento integrante da programação do 28º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 15 a 17 de maio de 2025.

² 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

³ 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

especialmente da comunicação, ao inserir-se nas dinâmicas culturais e midiáticas que atravessam a constituição das identidades. Como afirma Hall (2006), as identidades são construídas culturalmente por meio de discursos e representações, o que reforça o papel do visagismo como simbólica.

Nessa perspectiva, o presente artigo tem como objetivo refletir sobre os futuros possíveis do visagismo enquanto linguagem estética e comunicacional, considerando os impactos das transformações tecnológicas, das demandas por representações culturais mais plurais e da emergência de uma consciência estético-ética voltada para a sustentabilidade e para a diversidade. Argumenta-se que o visagismo, ao ser compreendido como prática simbólica, possui um potencial singular para expressar subjetividades, tensionar padrões normativos de beleza e contribuir para o fortalecimento de identidades individuais e coletivas.

Metodologicamente, adota-se uma abordagem qualitativa, com base em autores como Stuart Hall (2006), Pierre Lévy (2010), Edgar Morin (2005), Lúcia Santaella (2005), Philip Hallawell (2010) e Georges Didi-Huberman (2017). A discussão será estruturada em quatro eixos: o visagismo como linguagem comunicacional e simbólica; os impactos das tecnologias digitais; o paradigma ético-estético e a sustentabilidade; e a formação transdisciplinar do visagista.

Dessa forma, espera-se contribuir para o alargamento do campo de investigação sobre o visagismo e para a compreensão de seu papel na configuração das estéticas contemporâneas, com vistas à promoção de uma comunicação mais inclusiva, sensível e plural.

VISAGISMO COMO LINGUAGEM COMUNICACIONAL E SIMBÓLICA

Compreender o visagismo como linguagem comunicacional e simbólica implica reconhecer que a imagem pessoal ultrapassa o mero atributo estético para tornar-se um signo cultural. Inspirado na tradição semiológica e nas teorias da representação, este artigo considera que a aparência é uma forma de comunicação não verbal que carrega intencionalidade, significados sociais e afetivos. Como defende Hall (2006), as identidades são construídas a partir de discursos culturais e mediadas pelas linguagens simbólicas com as quais os sujeitos se expressam. Nessa direção, o visagismo atua como mediação entre o "eu" interno e a forma como esse "eu" deseja ser lido socialmente.

Ao se constituir como prática cultural, o visagismo inscreve-se no campo das linguagens da moda, da corporalidade e da performatividade, sendo um dispositivo atravessado por questões de gênero, classe, etnia e pertencimento. Cada escolha visagística (um corte de cabelo, uma coloração, uma forma de estilizar os fios) pode ser lida como signo visual que comunica valores, posicionamentos, desejos e identidades. Trata-se, portanto, de uma linguagem que opera tanto na dimensão estética quanto na política e na afetiva.

Autores como Santaella (2005) destacam que a comunicação estética produz sentido não apenas pelo conteúdo, mas pela forma sensível com que se manifesta. No caso do visagismo, a forma é o rosto, o cabelo, a textura, o movimento, o contraste. São esses elementos que ativam uma leitura simbólica por parte do outro, tornando a imagem pessoal uma narrativa de si. Assim, o visagismo contemporâneo não deve ser compreendido como um recurso de camuflagem ou adequação a padrões, mas como linguagem expressiva da singularidade.

Dessa maneira, pensar o visagismo como linguagem simbólica é situá-lo como parte integrante dos processos comunicacionais e culturais que estruturam o imaginário coletivo, legitimam identidades e performam subjetividades. Sua relevância ultrapassa o campo da beleza para se inserir nas discussões sobre representação, pertencimento e mediação cultural.

AS TECNOLOGIAS DIGITAIS E O IMPACTO NA CONSTRUÇÃO ESTÉTICA

A presença cada vez mais marcante das tecnologias digitais nos processos de construção da imagem pessoal tem desafiado e, ao mesmo tempo, ampliado as possibilidades do visagismo contemporâneo. Ferramentas como inteligência artificial, realidade aumentada, aplicativos de simulação de cortes e colorações, bem como algoritmos de recomendação estética, passaram a mediar a relação dos sujeitos com sua aparência.

Conforme observa Lévy (2010), as tecnologias digitais remodelam a forma como os sujeitos constroem e comunicam suas identidades no ciberespaço. Contudo, essa mediação tecnológica não está isenta de contradições. A padronização algorítmica, frequentemente baseada em estereótipos de beleza hegemônicos, pode reduzir a complexidade da identidade à lógica do consumo e da performance.

Para Harari (2018), os algoritmos tendem a nos conhecer mais do que nós mesmos, moldando nossas escolhas estéticas de forma imperceptível. Nesse cenário, o visagismo é chamado a reafirmar seu papel interpretativo, subjetivo e ético, atuando como contrapeso aos efeitos homogeneizantes das tecnologias.

A incorporação crítica das ferramentas digitais deve considerar os limites da automatização estética. Enquanto os softwares oferecem eficiência e previsibilidade, o visagismo oferece escuta, sensibilidade e simbolismo. Essa complementaridade entre técnica e humanidade configura um novo horizonte para a prática visagística, no qual o uso consciente da tecnologia fortalece e não anula a singularidade do sujeito.

ESTÉTICA, ÉTICA E SUSTENTABILIDADE: UM NOVO PARADIGMA

A emergência de uma consciência ética no campo da estética tem impulsionado debates sobre práticas mais responsáveis, inclusivas e sustentáveis no setor da beleza. Nesse contexto, o visagismo se apresenta como um campo produtivo para o desenvolvimento de uma estética comprometida com a diversidade, com a saúde do planeta e com a valorização da singularidade dos sujeitos. Essa perspectiva rompe com a lógica da padronização e da obsolescência estética, propondo uma relação mais consciente e respeitosa com a imagem pessoal.

O conceito de sustentabilidade, quando aplicado ao visagismo, envolve tanto a escolha de produtos e técnicas com menor impacto ambiental quanto a promoção de um consumo ético, que respeite os tempos subjetivos de transformação e autoestima. Além disso, uma prática visagística sustentável também deve considerar os saberes tradicionais, as estéticas periféricas e as múltiplas formas de beleza historicamente silenciadas pelos discursos hegemônicos. Trata-se de uma estética que reconhece e legitima a pluralidade de corpos, rostos, texturas e histórias.

De acordo com Morin (2005), pensar a complexidade implica acolher as contradições e integrar o sujeito ao mundo, em uma visão sistêmica e interdependente. Essa visão permite compreender o visagismo como parte de uma ecologia do cuidado, em que o ato de transformar a imagem deve estar conectado a um compromisso ético com o outro, com a coletividade e com o meio ambiente.

O futuro do visagismo, portanto, exige a construção de uma estética ética, sensível às questões sociais, culturais e ambientais. Essa transformação passa por um

reposicionamento do profissional visagista como agente de escuta, acolhimento e orientação, e não apenas como executor de tendências. É nesse reposicionamento que reside o potencial do visagismo, capaz de contribuir para uma cultura visual mais justa, diversa e sustentável.

A FORMAÇÃO TRANSDISCIPLINAR DO VISAGISTA

O avanço conceitual e prático do visagismo exige uma reformulação na formação de seus profissionais. O visagista do futuro não pode ser apenas um executor de técnicas, mas um sujeito crítico, capaz de ler signos culturais, interpretar subjetividades e atuar de forma ética e interdisciplinar. Para isso, é essencial investir em currículos formativos que integrem saberes das áreas da comunicação, psicologia, antropologia, filosofia, moda e estética.

A transdisciplinaridade, conforme propõe Nicolescu (2002), é um princípio que permite articular diferentes campos do saber, superando a fragmentação do conhecimento e promovendo uma formação mais ampla e conectada à complexidade do mundo contemporâneo. Segundo o autor, “a transdisciplinaridade diz respeito àquilo que está ao mesmo tempo entre as disciplinas, através das disciplinas e além de todas as disciplinas” (NICOLESCU, 2002, p. 24).

Ainda nesse sentido, cabe destacar que Hallawell (2010) defende uma abordagem integradora no visagismo, que una técnica, sensibilidade e conhecimento simbólico como fundamentos de uma prática humanizada.

Além da formação técnica, torna-se indispensável desenvolver competências comunicacionais, afetivas e éticas. O visagista deve ser um escutador sensível, capaz de acolher a história e o desejo do outro, estabelecendo um vínculo de confiança e corresponsabilidade na construção da imagem pessoal. Tal escuta requer não apenas empatia, mas também repertório cultural e consciência crítica sobre os discursos de beleza em circulação.

Nesse sentido, é necessário que os espaços de formação, sejam eles cursos livres, técnicos ou superiores, ampliem sua visão sobre o visagismo, reconhecendo-o como prática cultural e comunicacional. Essa ampliação permitirá que o profissional da área atue de maneira mais integrada às demandas sociais, promovendo a diversidade estética e contribuindo para a construção de uma sociedade mais plural e acolhedora.

Assim, a formação transdisciplinar do visagista não é apenas um ideal pedagógico, mas uma condição para que o visagismo se fortaleça como campo de saber e prática comprometido com a ética, a inclusão e a expressão das múltiplas subjetividades contemporâneas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O visagismo, em sua evolução conceitual e prática, revela-se como uma potente linguagem estética e comunicacional, conectada aos processos culturais, simbólicos e subjetivos que atravessam o contemporâneo. Nessa linha, o artigo teve o objetivo de demonstrar que o futuro do visagismo exige uma atuação crítica, ética e sensível, capaz de dialogar com as tecnologias emergentes sem renunciar à escuta, da diversidade e ao acolhimento das múltiplas identidades.

Didi-Huberman (2017) afirma que a imagem carrega consigo potências de memória e resistência, o que amplia o papel simbólico do visagismo na cultura contemporânea. Ao reafirmar sua vocação simbólica, o visagismo pode contribuir para a reinvenção da imagem pessoal como instrumento de empoderamento, pertencimento e resistência.

A valorização da singularidade, o uso crítico da tecnologia, o compromisso com a ética e a formação ampliada dos profissionais da área despontam como pilares para esse futuro. Assim, mais do que uma técnica de beleza, o visagismo se projeta como um espaço de produção de sentido e transformação cultural.

REFERÊNCIAS

- HALL, Stuart. A identidade cultural na pós-modernidade. 11. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.
- HALLAWELL, Philip. Visagismo: harmonia e estética. São Paulo: Senac, 2010.
- HARARI, Yuval Noah. 21 lições para o século 21. São Paulo: Companhia das Letras, 2018.
- LÉVY, Pierre. Cibercultura. São Paulo: Editora 34, 2010.
- MORIN, Edgar. A cabeça bem-feita: repensar a reforma, reformar o pensamento. 7. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2005.
- NICOLESCU, Basarab. O Manifesto da Transdisciplinaridade. São Paulo: Triom, 2002.
- SANTAELLA, Lúcia. Estética da comunicação. São Paulo: Paulus, 2005.
- DIDI-HUBERMAN, Georges. Diante do tempo: história da arte e anacronismo das imagens. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2017.