

IMAGEM PESSOAL:

A INFLUÊNCIA DOS TEMPERAMENTOS NA ANÁLISE VISAGISTA

PERSONAL IMAGE:

THE INFLUENCE OF TEMPERAMENTS IN VISAGIST ANALYSIS

Ludimilla Silvério da Silva¹

Patrícia Luz Almeida Leroy²

Eliane Pereira da Silva³

Camila Costa da Silveira⁴

RESUMO

Ao longo do tempo, padrões de beleza foram construídos pela sociedade, delimitando a definição de belo. O visagismo foi um termo utilizado pela primeira vez na França por Fernand Aubry, significa rosto, e tem o propósito de valorizar a beleza de cada ser. Hipócrates propôs os quatro temperamentos que estão relacionados com a maneira de ser e de reagir de cada indivíduo. O presente trabalho trata-se de uma revisão bibliográfica de caráter qualitativo, exploratório e descritivo. Para potencializar o trabalho do profissional na área da beleza estética, deve-se considerar a importância dos temperamentos nas análises visagistas, principalmente da face, para a construção de uma imagem individualizada. Isto possibilitará a construção de uma imagem pessoal em sintonia com a personalidade e traços físicos de uma pessoa, proporcionando bem-estar e contribuindo para a saúde mental, emocional e física do cliente. Assim, o objetivo do trabalho é reunir informações sobre a relevância dos temperamentos nas análises visagistas para a construção da imagem pessoal, o que pode transformar positivamente o desenvolvimento de profissionais na área da saúde estética.

Palavras-chave: Imagem Pessoal; Temperamento; Visagismo.

¹ SILVA, Ludmilla Silvério da. Graduada do Curso Superior de Tecnologia em Estética e Cosmética na Universidade Estadual de Goiás. Goiânia Laranjeiras, Goiânia, GO.

² LEROY, Patrícia Luz Almeida. Esteticista. Mestre. Docente do Curso Superior de Tecnologia em Estética e Cosmética na Universidade Estadual de Goiás. Goiânia Laranjeiras, Goiânia, GO.

³ SILVA, Eliane Pereira da. Mestre. Docente do Curso Superior de Tecnologia em Estética e Cosmética na Universidade Estadual de Goiás. Goiânia Laranjeiras, Goiânia, GO.

⁴ SILVEIRA, Camila Costa da. Mestre. Docente do Curso Superior de Tecnologia em Estética e Cosmética na Universidade Estadual de Goiás. Goiânia Laranjeiras, Goiânia, GO.

ABSTRACT

Over time, beauty standards were constructed by society, defining the definition of beauty. Visagism was a term used for the first time in France by Fernand Aubry, it means face, and its purpose is to value the beauty of each being. Hippocrates proposed the four temperaments that are related to each individual's way of being and reacting. This work is a literature review of a qualitative, exploratory and descriptive nature. To enhance the professional's work in the area of aesthetic beauty, one must consider the importance of temperaments in visagist analyses, especially of the face, for the construction of an individualized image. This will enable the construction of a personal image in tune with a person's personality and physical traits, providing well-being and contributing to the client's mental, emotional and physical health. Thus, the objective of the work is to gather information about the relevance of temperaments in visagist analyzes for the construction of personal image, which can positively transform the development of professionals in the area of aesthetic health.

Keywords: Personal Image; Temperament; Visagism.

1. INTRODUÇÃO

Ao longo do tempo, padrões de beleza foram estabelecidos e modificados socialmente. Com o surgimento da mídia, houve uma maior propagação e cobrança acerca desses critérios, resultando principalmente na baixa autoestima de quem não se enquadra às características. O conceito do visagismo surge para incentivar o respeito às diferenças e ressaltar a beleza de cada um, buscando a adequação da imagem conforme a personalidade e profissão de cada pessoa, destacando os pontos fortes e deixando menos evidentes os pontos fracos, pois cada indivíduo pode ser belo e único (DIAS *et al*, 2019).

O conceito de personalizar a imagem é tão antigo quanto à ideia de se ter um estilo, que é algo inerente ao ser humano, sendo generalizado em algumas culturas, como as indígenas e africanas. Ao longo da história, porém, o estilo pessoal foi cultivado somente por alguns personagens: Cleópatra, Maria Antonieta, Lorde Byron e alguns outros. Até há pouco tempo, ter um estilo significava adotar o estilo de uma classe que expressasse os princípios e crenças de um grupo, não do indivíduo. O conceito de que qualquer pessoa pode

(e deve) ter uma imagem personalizada é muito novo, só começou a ser disseminado depois da Primeira Guerra Mundial, justamente quando Fernand Aubry entrou em cena (HALLAWELL, 2009).

O termo visagismo é derivado da palavra francesa *visage*, que significa rosto. Foi criado por Fernand Aubry (1907-1976) ao explicar que visagista é um escultor que utiliza o rosto como material de trabalho. O visagismo é o estudo que promove a personalização da imagem de forma harmônica, relacionando estrutura física, biotipo, profissão e idade, a fim de valorizar o estilo próprio do indivíduo e preservar a personalidade dele. Para o visagismo, o importante não é apenas estar bonito, mas estar bem consigo mesmo (KAMIZATO, 2014).

Segundo Philip Hallawell (2009), muitas pessoas não conhecem a si mesmas e não sabem responder quem são. O conhecimento que o visagismo proporciona irá auxiliar o indivíduo a entender o que sua imagem fala sobre sua personalidade, gerando assim uma ponte para o autoconhecimento e auxiliando na transmissão da sua intenção em uma imagem personalizada. Em uma visão mais ampla, o visagismo consiste em um método para elaborar o estilo de uma imagem pessoal em harmonia com a autoimagem (MARQUES, 2018).

No visagismo, há uma importante relação entre personalidade e formatos e feições do rosto. Existe uma corrente científica, explorada por Glas (2013), que liga afisionomia às características comportamentais, definidas como temperamentos, e há também a teoria de que a personalidade se manifesta fisicamente (MARQUES, 2018).

A palavra temperamento significa “mistura de proporções”, e define as reações de cada pessoa em relação à vida, frente aos seus obstáculos e conquistas (PINTO, 2011).

De acordo com Phillip Hallawell (2009), a imagem do rosto e a imagem interna que uma pessoa tem de si mesma, quando em equilíbrio, é algo essencial para que haja saúde mental, emocional e física, elevando sua autoestima e autoconfiança. Pode-se, então, concluir que é de suma importância que toda alteração estética, principalmente próxima à face, seja ela permanente ou temporária, deva ser proposta com base na linguagem visual e na compreensão do temperamento do cliente, com base nos traços de seu rosto e, ainda, na sua

intenção/ propósito (DIAS *et al*, 2019).

Conhecendo as teorias visagistas e os temperamentos, o profissional possui a capacidade de customizar a beleza de seus clientes, contribuindo na autoestima e autoimagem de cada um. Além da possibilidade de obter maior reconhecimento e sucesso em seus atendimentos.

Sendo assim, o presente trabalho tem o objetivo de reunir informações sobre a importância de se considerar os temperamentos nas análises visagistas para a construção da imagem pessoal, auxiliando de forma positiva o desenvolvimento de futuros e atuais profissionais na área da saúde estética e beleza.

2. METODOLOGIA

A presente pesquisa é um estudo realizado com base na revisão da literatura, de caráter qualitativo, exploratório e descritivo, que, de acordo com Cruz e Ribeiro (2004), visa realizar um levantamento dos trabalhos realizados anteriormente sobre o mesmo tema que está sendo estudado.

Foram pesquisados livros, revistas e artigos científicos em português e inglês, selecionados através da busca das seguintes bases de dados: Scielo, Google Acadêmico, Periódicos Capes, PubMed e Google Livros. O período dos artigos pesquisados foi limitado a partir de 1991 até 2021. Para a busca, foram utilizados os seguintes descritores: imagem pessoal, temperamento e visagismo.

Foram selecionados vinte e cinco artigos, mas, destes, dez artigos puderam ser incluídos por guardarem relação direta com a temática abordada.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

3.1. Visagismo

O termo visagismo foi primeiramente utilizado pelo cabeleireiro e maquiador Fernand Aubry, em 1937, na França. É derivado da palavra *visage*,

que em francês significa rosto. O visagismo busca, através do rosto, adequar a imagem de modo a expressar uma mensagem específica conforme as necessidades da pessoa (DIAS *et al*, 2019).

O conceito de beleza é extremamente subjetivo para cada indivíduo, porém a imagem projetada de si mesmo é identificada por outras pessoas por elementos da fisionomia e do comportamento. O principal responsável pela imagem transmitida é o rosto como um todo. O conjunto das características faciais determina a personalidade e expressão de cada ser, fazendo com que as técnicas visagistas utilizadas sejam compatíveis com a imagem que o indivíduo deseja passar (KUPLICH *et al*, 2018).

Ao ser visualizada uma imagem, essa informação é recebida pelo tálamo e enviada rapidamente à área límbica, responsável pelas emoções. Posteriormente, a informação recebida pelo tálamo passa para o córtex, onde uma imagem racional será processada (KAMIZATO, 2014).

Definida como uma figura ou imagem visível, a forma avisa sobre a natureza da aparência externa de alguma coisa. Entende-se e reage emocionalmente às linhas e formas de uma imagem de maneira semelhante, sendo uma linguagem visual básica e comum. Para analisar e expressar de forma correta uma intenção através de uma imagem é necessário conhecer e compreender os significados das linhas e formas geométricas (HALLAWELL, 2009).

Segundo Hallawell (2009), as linhas (Figura 1) e formas (Figura 2) são classificadas da seguinte maneira:

- Linhas verticais: são linhas de força, controle e estrutura, consideradas linhas “masculinas” associadas à liderança e à autoconfiança. São linhas “frias” que não expressam emoções.
- Linhas horizontais: são linhas fixas que expressam poder e segurança, também são linhas “frias” e “masculinas”. Proporcionam sensação de conforto e segurança.
- Linhas inclinadas: são dinâmicas, dramáticas, instáveis e criam movimento em uma única direção, trazendo sensação de

insegurança. Essas linhas, quando direcionadas para cima, dão sensação de leveza, já quando direcionadas para baixo criam “peso” ao visual.

- Linhas curvas: podem ser de vários tipos, mas todas “quentes” e “femininas”, ou seja, emotivas. Quando longas e onduladas, proporcionam paz, sensualidade e romantismo. As curvas fechadas estão relacionadas às emoções conturbadas.

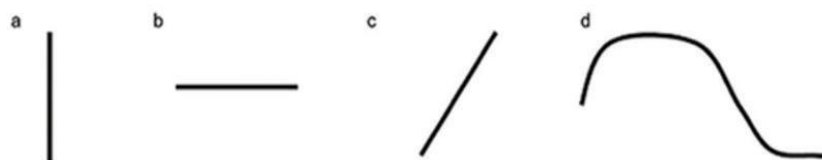


Figura 1. Linha reta vertical (a), linha reta horizontal (b), linha inclinada (c) e linha curva (d).

Fonte: Marques, 2018.

- O quadrado: suas linhas retas transmitem poder, segurança, frieza e intelectualidade. Um exemplo muito claro é quando chamamos as pessoas de “quadradas”, porque o quadrado transmite sensação de resistência a mudanças.
- O triângulo: sua base horizontal proporciona estabilidade, enquanto os outros lados proporcionam dinamismo. Suas linhas inclinadas dirigem o olhar para cima, representando a divindade, o sagrado. Já o triângulo invertido é o símbolo do perigo, imagem instável que traz sensação de insegurança.
- O círculo: é símbolo do Sol, uma forma estável, mas em constante movimento. Gira em volta de um ponto fixo e proporciona sensação de continuidade.
- A lemniscata: o símbolo do infinito, é instável, transmite lirismo, suavidade, paz, romantismo e sensualidade.



Figura 2. Formas geométricas.

Fonte: Softulka/Shutterstock.com.

Na linguagem visual, não é sugerido o que fica melhor ou pior, mas sim a imagem que fica mais adequada a partir do que as linhas já presentes na imagem pessoal expressam, de modo que, talvez, não sejam necessárias mudanças muito radicais, mas podem-se valorizar melhor as feições (PRUDENCIANO, 2014).

Toda imagem é construída sobre uma estrutura geométrica. As formas geométricas são símbolos geralmente usados com o mesmo significado por todas as culturas (JUNG, 2008).

Por meio de estruturas geométricas, é possível explicar as diferentes formas do rosto e, a partir disso, as modificações necessárias é feitas para criar uma imagem que revele as qualidades da personalidade e, conseqüentemente, transmitir um tipo de emoção (KAMIZATO, 2014).

Conforme Sahd (2021), os formatos faciais são definidos da seguinte maneira:

A) Rosto oval

O rosto oval (Figura 3) é caracterizado por apresentar a linha superior da testa arredada, a testa redonda não muito larga e as têmporas não muito profundas. As maçãs do rosto oval são levemente salientes, descendo até a curva da mandíbula, e as linhas presentes nas maçãs do rosto e no queixo são suaves e levemente arredondadas. Esse rosto é considerado um rosto de formato-padrão

(SAHD *et al*, 2021).

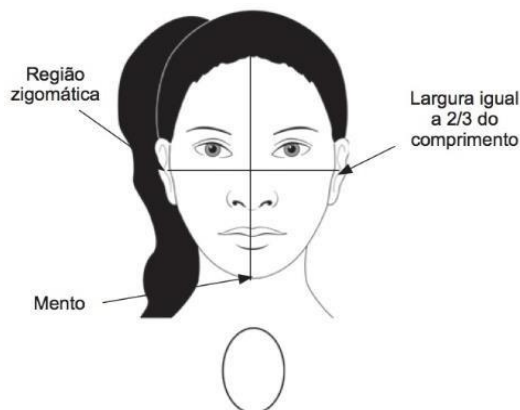
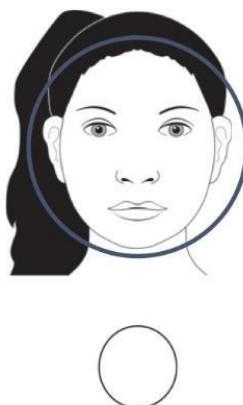


Figura 3. Rosto oval.

Fonte: KAMIZATO, 2014.

B) Rosto redondo

O rosto redondo (Figura 4) é mais curto e nitidamente mais largo que o padrão. Não apresenta ângulos, e a testa e o queixo são menores que no rosto oval. Geralmente, a linha superior da testa, o nariz e os olhos são arredondados. É possível perceber que a largura é maior em comparação ao padrão. É comum encontrar esse formato de rosto em pessoas com origem asiática e indígena



(SAHD *et al*, 2021).

Figura 4. Rosto redondo.

Fonte: KAMIZATO, 2014.

C) Rosto quadrado

O rosto quadrado (Figura 5) tem como característica principal os ângulos retos. Sua testa é retangular, as têmporas não são muito profundas e as maçãs do rosto não são muito salientes, descendo até a mandíbula em uma linha quase vertical (SAHD *etal*, 2021).

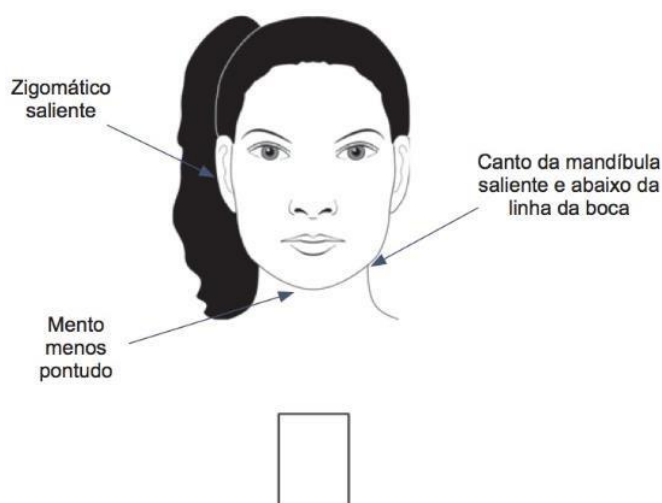


Figura 5. Rosto quadrado.

Fonte: KAMIZATO, 2014.

D) Rosto triangular

O rosto triangular (Figura 6), também chamado de rosto pera, é bastante incomum. A testa, nesse formato, é estreita e pequena, com têmporas profundas. A mandíbula, por sua vez, é bem evidente, quadrada e larga. As maçãs do rosto não são pronunciadas, e a linha das maçãs até a mandíbula inclina-se para fora (SAHD *etal*, 2021).

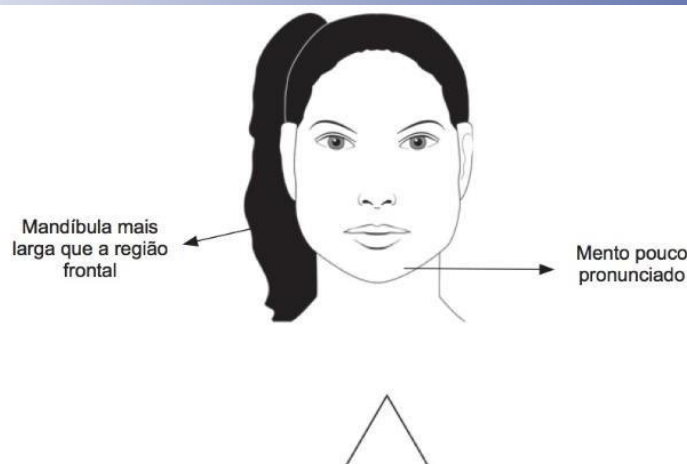


Figura 6. Rosto triangular.

Fonte: KAMIZATO, 2014.

E) Rosto triangular invertido e coração

Oposto ao triangular (Figura 6), o rosto triangular invertido (Figura 7) tem a testa larga e a mandíbula estreita, com a curva quase imperceptível. Nas laterais, apresenta linha contínua inclinada para dentro, das maçãs do rosto até o queixo, que é pontudo, mas não necessariamente pronunciado. Existe, ainda, uma variação desse formato de rosto, que é o coração (Figura 8), o qual apresenta linhas mais arredondadas, ocorrendo, na linha superior da testa, um declínio bem no centro da testa (SAHD *et al*, 2021).

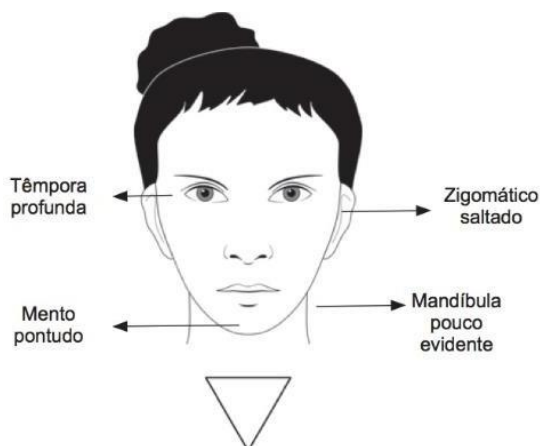


Figura 7. Rosto triangular invertido.

Fonte: KAMIZATO, 2014.

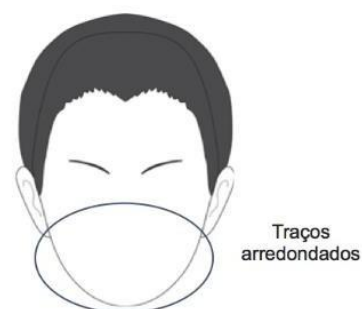


Figura 8. Rosto coração.

Fonte: KAMIZATO, 2014.

F) Rosto hexagonal de lateral reta

O rosto da lateral reta (Figura 9) é facilmente confundido com o oval (Figura 3), mas a linha superior da testa apresenta ângulos acentuados e não curvos, é curta e reta, e as têmporas são mais profundas. As maçãs do rosto são mais pronunciadas, e o queixo é mais angular (SAHD *et al*, 2021).

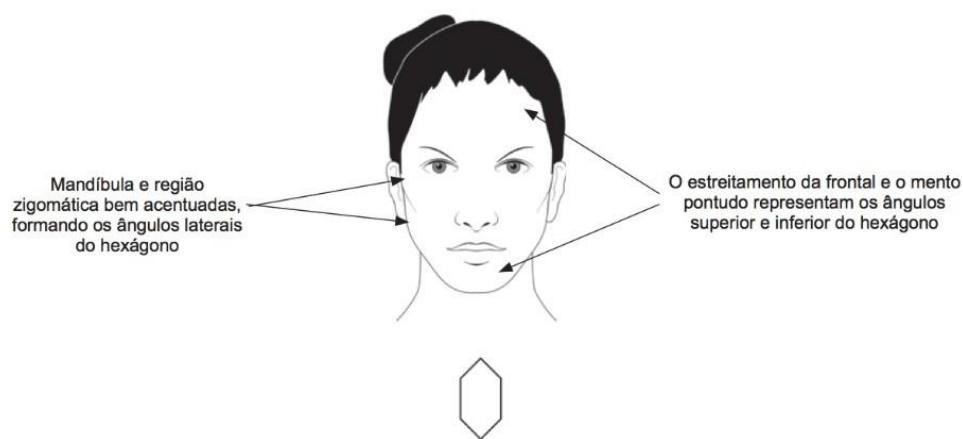


Figura 9. Rosto hexagonal de lateral reta.

Fonte: KAMIZATO, 2014.

G) Rosto hexagonal de base reta

Já o rosto hexagonal de base reta (Figura 10) tem a testa em forma de trapézio e a linha superior da testa longa e reta. Tem maçãs salientes, e a linha que sai das maçãs do rosto até a mandíbula é inclinada (SAHD *et al*, 2021).

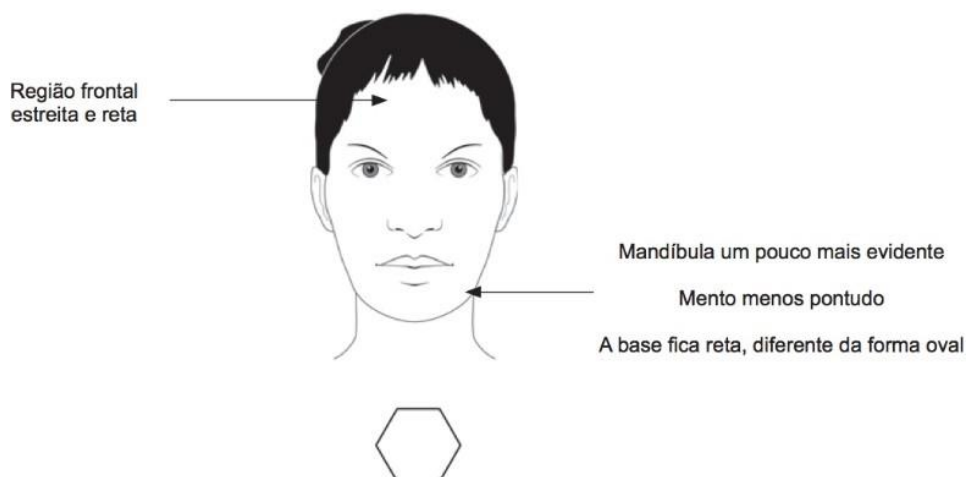


Figura 10. Rosto hexagonal de base reta.

Fonte: KAMIZATO, 2014.

H) Rosto losango

O rosto em losango é parecido com o triangular invertido, pois o queixo é pontudo e tem pouca definição no maxilar. O que os diferencia é que a testa do rosto em losango é menos larga, formando uma curva pronunciada (SAHD *et al*, 2021). Segundo Hallawell (2009), o losangular é um dos formatos de rosto mais encontrados no Brasil, além do triangular invertido e dos hexagonais de base reta ou de laterais retas.

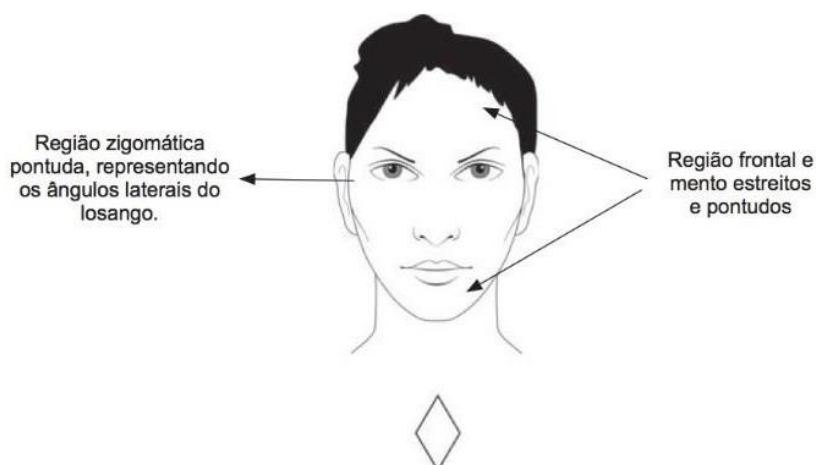


Figura 11. Rosto losango.

Fonte: KAMIZATO, 2014.

Cada tipo facial exterioriza através dos traços faciais sua imagem e é esta imagem que conta para o mundo, como a pessoa é e como ela gosta de ser tratada (SILVA, 2011).

Segundo Brown (2001), não temos consciência, mas fazemos a análise do caráter das pessoas inconscientemente, baseado na aparência do rosto, sendo possível ainda prever o comportamento e a personalidade de um estranho.

Há teorias de que os temperamentos se manifestam fisicamente, e uma

importante relação entre fisionomia e características comportamentais e os formatos e feições do rosto no visagismo (MARQUES, 2018).

3.2 Temperamento

Na psicologia, são estudadas cerca de 30 personalidades diferentes do ser humano. Alguns profissionais não utilizam esse padrão para se basear no comportamento de cada indivíduo, pois sabem que cada pessoa é única e sua personalidade é baseada em experiências de vida, caráter, gostos individuais e coletivos da sociedade em que vive. O profissional visagista não tem necessidade de aprofundar sua consultoria em nível da psicologia, mas é necessário que se leve em consideração a personalidade do cliente para que os efeitos do visagismo sejam de atribuição para o dia a dia da pessoa (KUPLICH *et al*, 2018).

Há várias maneiras de compreender a si mesmo e as pessoas ao redor. Uma delas é conhecendo os seus temperamentos constitucionais, método desenvolvido e que vem sendo aperfeiçoado há séculos. Os temperamentos são quatro forças que trabalham e que constroem e deixam suas marcas na personalidade de cada indivíduo (ALVES *et al*, 2017).

Por volta de 430 a.C., na Grécia, Hipócrates propôs os quatro temperamentos da personalidade, nos quais ainda hoje se baseia para defini-los através dos conceitos visagistas (DIAS *et al*, 2019).

Para Hipócrates o temperamento seria a forma mais primitiva de reação de um ser humano frente aos fatos e obstáculos da própria vida. É uma inscrição psíquica, mas registrada no biológico, no hereditário, no orgânico. Os humanos nasceram já com uma predisposição básica de reação (MENEQUETTE, 2008).

Baseado na teoria de Hipócrates, Galeno desenvolveu a primeira tipologia do temperamento, descrita em sua monografia "De Temperamentis", onde distinguiu e descreveu nove temperamentos: quatro temperamentos primários relacionados à dominância de uma das quatro qualidades descritas por Hipócrates; quatro temperamentos secundários, derivados do pareamento entre as qualidades, e um temperamento resultado da mistura estável das quatro

qualidades, considerado como temperamento ideal (STRELAU, 1998).

Os quatro temperamentos primários estabelecidos e descritos por Galeno, são conhecidos entre teóricos e leigos, sendo nomeados de acordo com os humores predominantes no corpo: 1) tipo sanguíneo, caracterizado por indivíduos atléticos e vigorosos, nos quais o humor corporal predominante era o sangue; 2) tipo colérico, indivíduos facilmente irritáveis, nos quais predominava a bile amarela; 3) tipo melancólico, indivíduos tristes e melancólicos que exibiam excesso de bile negra; e 4) tipo fleumático, indivíduos cronicamente cansados e lentos em seus movimentos, que possuíam excesso de fleuma (AIKEN, 1991).

A análise facial revela muito sobre o temperamento de um indivíduo e é essencial para a criação de uma imagem esteticamente harmoniosa. Mesmo que, para análise facial, o recomendado seja manter os cabelos para trás, é apenas o conjunto da obra que determina qual o temperamento e a imagem final que será interpretada por quem vê. O rosto fornece as informações mais reveladoras sobre o temperamento de uma pessoa e, também, é essencial para a criação de uma imagem que transmita as informações necessárias para corresponder às expectativas e à comunicação de cada um (KUPLICH *et al*, 2018).

Dito isso, no quadro abaixo estão representadas algumas características comuns a cada temperamento:

	Sanguíneo	Colérico	Melancólico	Fleumático
Linhas	inclinadas	horizontais, verticais	curvas, inclinadas	horizontais, inclinadas
Formas geométricas	triângulo	quadrado	círculo, triângulo	círculo
Formato de rosto	hexagonal de lateral reta ou losangular	quadrado, hexagonal de base reta ou triangular	oval, podendo ser triangular invertido e retangular comprido e fino	redondo, podendo ser oval e triangular

Forças	comunicação, extroversão, criatividade, espontaneidade, motivador	determinação, objetividade, persistência, passionalidade, intensidade	sensibilidade, tranquilidade, organização, detalhista, persistente	místico, diplomata, pacificador, amigável, constante
Fraquezas	impulsividade, imprudência, desorganização, dispersivo, inconstante	autoritarismo, impaciência, intolerância, explosivo, dominador	perfeccionista, indeciso, ansioso, controlador, rancoroso	desinteresse, acomodado, apático, previsível, insegura

Tabela 1. Características dos temperamentos.

Fonte: HALLAWELL, 2009. KUPlich, 2018. KAMIZATO, 2014.

O conhecimento sobre os temperamentos é uma ferramenta importante na compreensão do comportamento humano, podendo ajudar a compreender e tolerar melhor o outro, havendo a possibilidade de entender as atitudes das pessoas, não como erradas ou problemáticas, mas percebendo-as apenas como diferentes, sem julgamentos, contribuindo assim para uma relação mais harmoniosa e produtiva (BARON, 2008).

Segundo Hallawell (2009), todas as pessoas possuem características dos quatro temperamentos, porém em proporções diferentes. Assim, o temperamento é definido como sendo uma característica inata e individual, que está pronta para reagir a estímulos e sendo determinada geneticamente (VOLPI, 2004).

3.3 Imagem pessoal, temperamento e visagismo

A autoestima é imprescindível na qualidade de vida do ser humano, pois é definida como sentimento, a consideração que uma pessoa tem por si própria, o quanto gosta e se importa consigo. A consciência sobre a sua própria aparência pode afetar diretamente a sua autoconfiança e autoestima (ALVES *et al*, 2017).

O equilíbrio entre a imagem do próprio rosto e a imagem interna que a

pessoa tem de si mesma é essencial para sua saúde mental, emocional e física (HALLAWELL,2009).

Para muitos, a beleza refere-se à perfeição das formas, porém, por definição, bonito e belo são traços que, em conjunto, se tornam harmoniosos e agradáveis de ver. Assim, todos são belos por natureza, mas deve-se saber transmitir a imagem correta para que a beleza da personalidade seja colocada em destaque (KAMIZATO,2014).

Na linguagem visual se utiliza apenas do contato visual, sem qualquer tipo de comunicação oral, verbal nem movimentos. Reage-se emocionalmente às linhas e as formas e seus significados, afetando o comportamento e relacionamentos das pessoas (HALLAWELL, 2009).

Cada rosto é composto por vários tipos de linhas, que determinam o seu formato e transmite um tipo de emoção. Somente conhecendo a linguagem visual poderá identificar o que as linhas e traços faciais de cada pessoa transmitem, podendo então modificar ou não essa imagem (DIAS *et al*, 2019).

Ao entender a dinâmica das linhas, o profissional desenvolverá uma imagem pessoal totalmente única, sabendo quais emoções serão transmitidas, criando padrões ou modificando os existentes, ou seja, modificando a aparência e a expressão de uma pessoa (HALLAWELL, 2009).

O estudo do comportamento por meio dos formatos geométricos do rosto é uma arte antiga, que subsiste desde os tempos da antiga Grécia até os dias de hoje. Muitos estudos na área do visagismo e da fisionomia relacionam a composição visual da face (formatos e proporções) com características do comportamento humano (PELLOZZO, 2015).

A partir do momento em que o profissional de visagismo consegue analisar os traços faciais, ele passa a identificar também características individualizadas, conhecidas como temperamento, ou seja, um conjunto de reações que cada pessoa tem em relação à vida. Isso possibilita o direcionamento de seu trabalho, valorizando a estética de acordo com a personalidade do cliente (KAMIZATO, 2014).

O profissional da beleza que detém o conhecimento do visagismo acredita que imagem pessoal não é somente uma questão de estética, mas a modificação

da forma como as pessoas se enxerga e como tudo isso pode afetar vários âmbitos da vida, modificando sua aparência física e emocional e fazendo com que o reflexo do espelho que seu cliente enxerga seja a identidade dele (KUPLICH, 2018).

Em relação à imagem pessoal, seguir padrões e tendências não deve ser o primordial, pois nem sempre o que está em voga como tendência, reflete o que a pessoa necessita e a auxilia para que possa ser bem interpretada pelos outros. As expressões faciais são os meios mais naturais, imediatos e eficazes utilizados pelos seres humanos para comunicar suas emoções e intenções, as quais são expressas pela face antes mesmo de serem verbalizadas (MARQUES, 2018).

Segundo Hallawell (2009), a beleza não basta. A imagem pessoal tem que revelar as qualidades interiores da pessoa e refletir sua personalidade. Ao atender a essas exigências, a imagem trará benefícios aos relacionamentos do indivíduo, tanto pessoais quanto profissionais, corresponderá às suas necessidades, levantará sua autoestima e propiciará um bem estar geral.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para elevar a autoestima, seguir padrões ditados pela mídia não é a solução, visto que cada pessoa é única, possui suas próprias características e personalidade. Assim, é imprescindível que cada indivíduo desenvolva seu autoconhecimento, a fim de distinguir o que melhor se enquadra em si mesmo, de acordo com seus gostos, formato da face e personalidade, moldando, dessa forma, sua imagem pessoal.

Ao conhecer as linhas e as formas e o que cada uma delas expressam, entende-se melhor os formatos de rosto e o que provavelmente cada um transmite aos outros. Ao compreender sobre os temperamentos, acredita-se na realização de uma leitura certa de clientes, pois gera a humanização dos atendimentos ao produzir uma imagem personalizada de cada indivíduo, fugindo de padrões impostos pela sociedade ou simplesmente adaptando-os às características de cada pessoa.

O profissional visagista deve ser capacitado para fazer uma leitura

completa do cliente, verificando seus traços faciais, corporais, bem como seu comportamento e temperamento, para que seja possível definir a imagem que o cliente está transmitindo e o que deseja expressar. Com isso, o visagista conseguirá por meio de suas técnicas transformarem e adaptar a beleza de cada pessoa de acordo com o que ela deseja, valorizando a imagem pessoal e elevando a autoestima desses indivíduos, provocando um bem-estar geral.

Ao longo do estudo é possível observar o quanto os temperamentos influenciam na boa análise visagista para que seja possível criar uma imagem pessoal positiva e personalizada, e o quanto, isto é, de suma importância para profissionais que atuam na área da beleza estética. Porém, percebe-se a carência de estudos explorando essa temática, o que aponta para a necessidade quanto ao desenvolvimento de novos estudos, utilizando-se inclusive de diferentes metodologias.

REFERÊNCIAS

AIKEN, L.R. (1991). **Psychological testing and assessment** (7th ed). Massachusetts: Allyn and Bacon.

ALVES, Priscila Baracho Ponsoni; SANTOS, Raquel Ribeiro; COELHO, Glória Cristina Porto; RAAD, Mara Eliza Jorge. **Guia prático do uso de florais para os temperamentos humanos**. São Paulo: Scortecci, 2017. Disponível em: https://www.google.com.br/books/edition/Guia_PR%C3%81TICO_DO_USO_DE_FLORAIIS_PARA_OS/fHXLDgAAQBAJ?hl=pt-BR&gbpv=0 . Acesso 25 nov. 2022.

ALVES, Vanessa Lacerda; et al. **Avaliação precoce da qualidade de vida e autoestima de pacientes mastectomizadas submetidas ou não à reconstrução mamária**. Rev Bras Cir Plást, v. 32, n. 2, p. 208-17, 2017.

BARON. R. **Os quatro temperamentos: um guia prático para compreender a si mesmo e as pessoas em sua vida**/Renee Baron: tradução Marcos Malvezzi Leal. Campinas, SP: Versus, 2008.

BROWN G. S. **A arte prática da leitura facial**. Editora Manole, Barueri, São Paulo. 1ª edição, 2001.

CRUZ, C.; RIBEIRO, U. **Metodologia Científica: teoria e prática**. Rio de Janeiro: Axcel, 2004. p. 32-36.

DIAS, Ana Carla H. SLOMP, Audrey; SAHD, Claudia S. **Visagismo**. Porto Alegre. Grupo A, 2019. E-book. ISBN 9788595029606. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788595029606/>. Acesso em: 10 out. 2022.

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

HALLAWELL, Philip. **Visagismo integrado: identidade, estilo e beleza**. São Paulo. Senac São Paulo, 2009.

Ito, Patrícia do Carmo Pereira e Guzzo, Raquel Souza Lobo. **Diferenças individuais: temperamento e personalidade; importância da teoria**. Estudos de Psicologia (Campinas) [online]. 2002, v. 19, n. 1 [Acessado 20 Novembro 2022], pp. 91-100. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/S0103-166X2002000100008>>. Epub 06 Mar 2009. ISSN 1982-0275. <https://doi.org/10.1590/S0103-166X2002000100008>.

JUNG, C. G. **O homem e seus símbolos**. 2. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

KAMIZATO, Karina K. **Imagem Pessoal e Visagismo**. São Paulo. Editora Saraiva, 2014. E-book. ISBN 9788536521015. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788536521015/>. Acesso em: 10 out. 2022.

KUPLICH, Mônica Magdalena D.; MATIELO, Aline A.; PADILHA, Andressa M. **Recursos estéticos e cosméticos capilares**. Porto Alegre: Grupo A, 2018. E-book. ISBN 9788595025707. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788595025707/>. Acesso em: 20 nov. 2022.

MARQUES, Jéssica Gabriele da S. **Design de sobrancelhas**. Porto Alegre. Grupo A, 2018. E-book. ISBN 9788595025042. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788595025042/>. Acesso em: 10 out. 2022

MARQUES, Jéssica Gabriele da S. **Técnicas de maquiagem**. Porto Alegre: Grupo A, 2018. E-book. ISBN 9788595026964. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788595026964/>. Acesso em: 11 dez. 2022.

Martins, L. Al-C.P.; Silva, P.J.C. & Mutarelli, S.R.K. (2008). **A teoria dos temperamentos: do corpus hippocraticum ao século XIX**. Memorandum, 14, 09-

•24 . Retirado em //, da World Wide Web <http://www.fafich.ufmg.br/~memorandum/a14/martisilmuta01.pdf>

MENEGUETTE, JP. **Teoria da personalidade: Geral**, in internet PsiqWeb, disponível em www.psiqweb.med.br, atualizado em 2008.

PELLOZZO, F. As partes do rosto. Leitura de rosto, 2015. Disponível em: <<http://www.leituraderosto.com.br/Rosto.html>>. Acesso em: 17 dez. 2022.

PINTO, Ana E. N., **Doze práticas de evolução humana: vivências e meditações**. Disponível em: < [http://www.procurarse.com.br/Syn.html#Textos Especiais](http://www.procurarse.com.br/Syn.html#TextosEspeciais)>. Acesso em: 25 nov. 2022.

PRUDENCIANO, M. I. B. **A representação do corte de cabelo feminino através da simbologia das linhas**: um estudo bibliográfico sobre a linguagem dos cabelos através do conceito visagismo. [2014]. Monografia (Graduação em Tecnologia em Estética e Imagem Pessoal) - Universidade Tuiuti do Paraná, Curitiba, [2014].

SAHD, Claudia S.; MARQUES, Jéssica G. da S.; SIMÃO, Daniele; e outros **Design de sobrancelhas e resistentes**. Porto Alegre: Grupo A, 2021. E-book. ISBN 9786556901114. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786556901114/>. Acesso em: 02 dez. 2022.

STRELAU, J. (1998). **Temperamentos: A Psychological Perspective**. New York: Plenum.

VOLPI, J. H. **Particularidades sobre o temperamento, a personalidade e o caráter, segundo a psicologia corporal**. Curitiba, Centro Reichiano, 2004.