

A influência da maquiagem na imagem pessoal

Luana Lays Oneda¹ - Acadêmica do Curso Superior em Tecnologia de Cosmetologia e Estética da Universidade d Vale do Itajaí – UNIVALI, Balneário Camboriú, Santa Catarina.

Mariana Perin² - Acadêmica do Curso Superior em Tecnologia de Cosmetologia e Estética da Universidade d Vale do Itajaí – UNIVALI, Balneário Camboriú, Santa Catarina.

Fabiana Thives³ - Turismóloga; Professora do Curso de Cosmetologia e Estética da Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI, Balneário Camboriú, Santa Catarina.

Contatos:

¹lua_lays@hotmail.com

²mariana_perin_20@hotmail.com

³fabianathives@redel.com.br

RESUMO

A influência da maquiagem será apresentada como estudo preliminar de um recurso tradicional, seguro, prático, e de fácil acesso a todas as classes, auxiliando na construção de uma imagem pessoal positiva, fundamental para uma melhor aceitação do indivíduo no mercado de trabalho, e no convívio social, já que recursos estéticos cirúrgicos não sempre recomendados e aceitos pelo público em geral. Estudiosos da Universidade de Princeton comprovam que a primeira impressão é formada em uma fração de segundo, ou seja, em menos de um segundo de contato com outra pessoa você pode arruinar, ou não, sua imagem pessoal. Esta quando aplicada corretamente proporciona uma imagem harmônica e esteticamente agradável, elevando seu poder pessoal na conquista de seus objetivos. Levando em consideração os dados apresentados o objetivo do trabalho em questão é demonstrar a importância do segmento maquiagem no desenvolvimento de uma imagem pessoal adequada aos padrões de beleza atuais.

Palavras-chaves: Imagem Pessoal; Maquiagem; Auto-estima; Marketing Pessoal.

INTRODUÇÃO

Na atualidade a importância de construir uma boa imagem pessoal é fundamental para uma melhor valorização do indivíduo no mercado de trabalho e no convívio social. Segundo Vaz (2007) uma imagem pessoal positiva é aquela que, independente do seu estilo leva em consideração os ambientes em que você a insere (determinando o grau de formalidade ou casualidade do local) e o que realmente quer ou precisa dizer. Para Padilha (2002) “A imagem pessoal é um conjunto de valores atribuídos a uma pessoa pelos outros. É construída a partir da avaliação que os outros fazem das características, qualidades e defeitos que uma pessoa apresenta”.

No mercado de trabalho a imagem pessoal tem muito valor, e a sua imagem é o seu cartão de visita, no mundo moderno os profissionais bem sucedidos são aqueles que mantêm uma imagem pessoal positiva. Para tanto usa seu poder pessoal para conquistar seus objetivos, superar os obstáculos, vencer as barreiras e dificuldades do dia-a-dia, construindo assim uma base de valor pessoal sólida. Com a intenção manter o padrão ditado pela mídia, as pessoas estão em busca cada vez mais da beleza perfeita, de produtos, serviços, técnicas que corrijam, disfarcem e até eliminem qualquer imperfeição.

A construção de uma boa imagem pessoal dependerá de algumas variáveis, e uma das mais importantes é aparência física que através do recurso maquiagem pode-se auxiliar na formação da imagem desejada ou no aprimoramento de uma imagem já existente. As opções no mercado de produtos de maquiagem, com efeito, de embelezamento e correção são inúmeros e com características distintas.

A tecnologia vem contribuindo na qualidade e diversidade de produtos, existem marcas que ficam ao alcance de todas as pessoas independente de classe social. Produtos que além de embelezar e corrigir hidratam e protegem, auxiliando também no anti-envelhecimento. Cosméticos com várias funções em um só e com praticidade de manusear e de transportar para qualquer lugar no dia-a-dia.

O presente trabalho tem por objetivo fornecer os conhecimentos necessários para aplicação de maquiagem, através das atitudes e posturas corretas, utilizando-se das técnicas de realização da mesma com materiais e produtos adequados ao

embelezamento da face, de acordo com as características e necessidades de cada pessoa, visando sempre a melhora ou a construção adequada da imagem pessoal.

METODOLOGIA

Este estudo caracteriza-se por uma pesquisa de caráter qualitativo, do tipo descritivo ao qual serão abordados através de pesquisa bibliográfica, conteúdos necessários para desenvolvimento e comprovação do tema escolhido. Segundo Birdwhistell (apud DAVIS, 2003, p.45), acha que a aparência se aprende e não se nasce com ela.

Segundo Silva e Menezes (2001) a pesquisa de caráter qualitativo “[...] Não requer o uso de métodos e técnicas estatísticas”.

O presente artigo foi elaborado através de referências teóricas de livros contendo passagens sobre maquiagem, imagem pessoal e marketing pessoal, também foram utilizados na pesquisa sites e periódicos contendo informações relacionadas ao tema.

HISTÓRIA DA MAQUIAGEM

No período paleolítico, o homem começou a deixar de ser nômade e a se reunir em grupos, fixando-se em territórios. Ficando mais sedentário e começando a formar as primeiras hierarquias, o homem despertou para esse sentimento que ainda hoje movimenta o mundo: a vaidade.

A seguir surgiram as primeiras pinturas de guerra, que poderíamos considerar os primeiros “uniformes” tribais. Foi na Mesopotâmia que surgiram os primeiros produtos de maquiagem à base de carvão, henna e outras substâncias naturais, mas foi no antigo Egito que o hábito da maquiagem tornou-se um ritual diário. Os faraós usavam perucas coloridas e maquiavam seus olhos com uma mistura de metais pesados, o que era também uma forma de proteger a vista da intensa luminosidade do sol naquela região. A rainha Cleópatra ficou famosa por seus banhos de leite e pelo tratamento do rosto com argila. Os gregos preocuparam-se mais com a saúde e a beleza do próprio corpo do que o uso da maquiagem.

Aproximadamente em 150 a.C., Galeno (chefe dos médicos dos gladiadores

e depois médico do imperador romano) criou o primeiro creme facial do mundo, composto de cera de abelhas, óleo de oliva e água. Popéia, esposa de Nero, lançou a moda de banhar-se em leite de jumenta e usar no rosto máscaras noturnas com ingredientes como farinha de favas e miolo de pão, tudo com o objetivo de tornar a pele cada vez mais branca. Mas a descoberta da época foi o alvaiade, um derivado de chumbo ainda hoje usado na pintura de paredes, misturando esse produto a pastas de vinagre, claras de ovos e outras, as mulheres conseguiam deixar suas peles com aspecto mais claro.

Já na civilização ocidental, o desejo de ter uma pele alva foi inspirado na deusa Vênus. Até a renascença italiana as mulheres nobres usavam o alvaiade durante o dia, mas, à noite essas mulheres cobriam as faces com emplastos de vitelo cru molhado no leite, o que minimizava os efeitos nocivos causados pelo produto. Hooper (2002, p 96) define a mulher ideal como aquela que tem “a pele fina, macia e clara como o lótus amarelo...”. No Japão, entre os séculos IX e VII, a pele branca era valorizada ao máximo e as mulheres aplicavam um pó espesso feito de farinha de arroz. Depois passaram a usar uma pasta à base de açafrão, para colorir as maçãs do rosto. Vasconcelos et. al (2004) ressaltam que no início do século XX a aparência física tinha um papel importante perante a sociedade, porém, não se mostrava o corpo.

A partir dessa época a utilização da maquiagem como recurso de embelezamento começou a ser difundida no mercado consumidor com característica singular de cada década, sempre com o objetivo de melhorar a imagem pessoal, através da moda, estilo e tendências.

O ano de 2000 ficou conhecido como a zona de fronteira entre o mundo real e o mundo virtual, a maquiagem plástica com o retoque eletrônico, o apelo para o mundo hi-tech dizia: “ troque sua pele, seu cabelo, a cor de seus olhos até mesmo sua atitude por umas imagens novas, basta inserir seu cartão magnético e digitar a senha”.(MOLINOS, 2005, p.192).

O padrão de beleza é rígido, mas permanece ainda hoje o principio dos conceitos filosóficos sobre beleza, onde o que é belo ganha uma nova dimensão tornando-se individualizado, e as correções estéticas depreciativas, surgindo desta forma a

valorização de personalidade, onde estilo é expressão máxima de personalidade do indivíduo.

A IMPORTÂNCIA DA IMAGEM PESSOAL

Nos dias de hoje a maquiagem esta vinculada à beleza estética, como já dizia Platão: “ beleza é a harmonia das partes em relação ao todo” e a maquiagem cosmética quando aplicada corretamente faz com que o usuário apresente esse aspecto harmonioso, ou seja, a maquiagem combina com o rosto que combina com a roupa que conseqüentemente esse todo transmite a harmonia entre pessoa e personalidade. Sendo que esses conceitos promovem a busca pessoal pela realização profissional.

[...] O marketing pessoal ganhou importância a partir do momento em que o tempo passou a determinar o destino das relações entre as pessoas. O destino de uma conversa ou de uma relação depende muito de como as partes se enxergam e o tempo está sempre jogando contra quem tem mais coisas boas para oferecer (...) o marketing pessoal desenvolve instrumentos e técnicas para dominar o tempo e transmitir as mensagens necessárias para a fixação da imagem desejada. (PADILHA, 2002 p. 58-59).

Sendo assim imagem e estilo estão lado a lado e são ferramentas poderosas de comunicação com o mundo. Por meio de estudos feitos por pesquisadores da Universidade de Princeton, já se sabe que o cérebro humano leva apenas uma fração de segundos para criar um pré-conceito sobre qualquer coisa ou pessoa, ou seja, em menos de um milésimo de segundo você já assimilou uma pessoa a uma característica ou comportamento.

Cuidar da aparência, não simplesmente como conceito de beleza, mas principalmente como conceito de simpatia, como forma de apresentar uma imagem agradável. Segundo Debord (1997), da sociedade industrial para a indústria da imagem, é construída a captura do mundano e do cotidiano das pessoas como coisas dignas de exibição, na qual receber o olhar do outro ou fazer ao modo daquele que olhamos movimenta o mercado das sensações, fazendo com que a vida se torne espetáculo, na medida em que constitui relações sociais entre as pessoas mediadas pelas imagens”. “O tamanho do nosso sucesso esta diretamente relacionado a nossa imagem pessoal. Independentemente de nossa idade cargo ocupado ou função desempenhada, o

marketing pessoal é ferramenta indispensável para concretização do nosso projeto de vida.”(BORDIN, 2002, p. 7), quando o indivíduo apresenta-se com uma imagem positiva ou adequada a situação, aumenta a probabilidade de obter sucesso em sua busca.

Os atributos visíveis da identidade são sinais importantes para iniciar a longa trajetória de descoberta do outro. Mas não são suficientes. Lembre-se: as aparências podem enganar ou... As pessoas estão em contínuo processo de mudança... É importante que tenha ficado claro a identidade é um processo de construção permanente, em contínua transformação—”(BOCK; FURTADO; TEIXEIRA, 1999, p. 210).

Nem sempre esse processo contínuo distingue-se visivelmente dentre todos os indivíduos, alguns destacam-se mais do que outros, fazendo com essas mudanças na aparência, estilo e atitude, façam com que o profissional perca a credibilidade, pois passam aos demais a insegurança e instabilidade.

Apresentaremos a seguir técnicas de maquiagem visando a melhor apresentação do indivíduo no meio profissional e social.

E para as mulheres, cuidado com a maquiagem. Não abusem dela. Algumas ainda acreditam que reforçar a maquiagem pode ajudá-las a impressionar. Realmente vão impressionar, mas pelo mau gosto. A maquiagem deve ser a mais discreta possível. .(BORDIN, 2002, p. 22).

TÉCNICAS DE MAQUIAGEM

O visagismo é um termo que deriva do francês *visage*, que significa “rosto”. Essa técnica consiste em aplicar fundamentos da beleza para criar uma imagem adequada à personalidade do indivíduo, analisando os componentes do seu rosto.(LEAL, 2006)

Essa técnica oferece uma direção indicando todas as possibilidades, ou seja, pela geometria é possível obter a melhor solução em cores, colorações e até mesmo para a maquiagem, já que o visagismo baseia-se em acentuar o que é belo e disfarçar o que não é.

Uma das teorias mais espantosas concebidas pelos comunicólogos é a de que o próprio corpo, eventualmente comunica. E não somente por intermédio do movimento ou da posição que assume. A própria forma do corpo pode ser uma mensagem e até mesmo a maneira como os traços do rosto se organizam.(DAVIS, 2003, P. 45)

A maquiagem cosmética tem como função, marcar os detalhes mais harmoniosos da face, corrigir imperfeições, valorizando a imagem pessoal, conseqüentemente aumentando a estima do consumidor fazendo com que ela se sinta mais bonita e valorizada. Cada produto cosmético tem uma formulação específica e foi criado visando atender as necessidades básicas de cada um e seu requintado gosto por tal produto.

É importante saber que ao escolher um tipo de maquiagem, este deve estar de acordo com a necessidade de cada cliente, já que a maquiagem atua sobre as imperfeições da pele ocasionadas por alterações orgânicas ou funcionais, que geralmente tem origem em causas externas, como melasmas, efélides, manchas senis, acne e rugas, podendo também realçar a beleza desta através da aplicação de diversos produtos coloridos, corrigindo e dissimulando as características não harmoniosas da face.

De acordo com os princípios básicos do visagismo sobre harmonia estética,

Correção de rosto

De acordo com os principais conceitos do visagismo, moda e estilo, e principalmente simetria do rosto existem algumas modificações que podem ser feitas através do uso da maquiagem cosmética, as quais proporcionam ao individuo uma imagem mais agradável e harmônica aos seus próprios olhos e ao do publico em geral.

A utilização de maquiagem pode modificar o formato do rosto valorizando pontos positivos e minimizando pontos que não são favoráveis como destacar olhos pequenos, afilar o nariz e aumentar a espessura dos lábios, são estes recursos que podem ser conquistados com a maquiagem através das técnicas de visagismo, podendo corrigir e realçar uma série de pontos no rosto, proporcionando beleza e harmonia nos traços da fisionomia. A maquiagem é uma arte, de embelezar. “O maquiador pode ser um artista em determinados eventos, mas em outros, ele é um consultor e, em outros, ainda é apenas executor de uma estética alheia, determinada pelo cliente”. (TEIXEIRA, 2003).

O ideal para corrigir, acentuar ou atenuar certas imperfeições é utilizar maquiagem cremosa ou compacta. Ela deve ser feita utilizando contrastes dos tons claros e escuros.

O rosto oval é caracterizado por ser mais largo nas maçãs do rosto que na testa e maxilar. O mesmo não necessita de correções mais marcantes.

Já o rosto redondo não possui ângulos definidos, sendo melhor escurecer as laterais do rosto e da testa. A aplicação do corretivo poderá ser mais carregada no maxilar inferior e nas maçãs do rosto e ir diminuindo na proporção do mento, se utiliza pó ou blush nas diagonais do mesmo. Para intensificar o efeito aplicá-se iluminador no centro da testa, no topo das maçãs e do mento.

Nos rostos compridos, que possui um maxilar e uma testa estreita, é necessário escurecer a parte inferior do mento e a superior da testa, da uma ilusão que a testa se junta à raiz do cabelo, e clareia as maçãs, o maxilar inferior e as têmporas.

Quando o assunto é rosto quadrado, tanto testa, maxilar e maçãs possuem a mesma largura. O indicado é escurecer as laterais do maxilar inferior, as laterais da testa e as têmporas, afinando assim os contornos do rosto. Para finalizar iluminá-se o centro da testa e o topo do mento.

Com uma testa mais estreita e um maxilar largo, o indicado para o rosto triangular é escurecer as laterais do maxilar inferior e o final da testa, que irá juntar a raiz do cabelo.

O rosto triangular invertido, o melhor é escurecer as laterais da testa, têmporas e o final do mento e para finalizar os efeitos deste formato de rosto se clareia as maçãs, o maxilar inferior e o centro da testa.

O rosto retangular necessita-se atenuação, nesta face escurece as laterais da testa e os ângulos do maxilar inferior.

E para finalizar, o rosto de formato hexagonal tem como características, testa, queixo e maxilares estreitos e maçãs bem salientes. Para construir efeitos iluminamos as laterais da testa, o maxilar inferior e escurecemos o maxilar superior.

Correção dos olhos

Para correção desta região, devemos utilizar sombras, delineadores e cílios postiços que realçam e disfarçam imperfeições.

Quando os olhos são juntos a solução para afastá-los é usar sombras claras nos cantos internos e sombras escuras a partir do meio da pálpebra, ultrapassando o canto externo. Quanto ao uso do delineador, o mesmo deve ser passado apenas da metade da pálpebra para o final.

Para corrigir os olhos separados, recomenda-se o uso de sombra escura nos cantos internos, esfumando sobre a dobra das pálpebras, sem ultrapassar o canto externo.

Os olhos fundos necessitam de realce, e para isso usam-se sombras claras (beges opacos e perolados), sobre toda a pálpebra. Para finalizar, aplique sombra escura no final da parte externa da pálpebra superior e reforce a máscara delineadora para cílios em toda extensão dos cílios superiores.

Para aprofundar olhos salientes, podemos aplicar sombras opacas sobre toda pálpebra superior e sombras claras junto à sobrancelha. Prefira delineadores que permitam administrar a consistência para um traço mais espesso na pálpebra superior afinando na dobra externa.

Quando falarmos de olhos pequenos, aplicamos sombras claras nas pálpebras superiores e delineamos com cores escuras somente a parte externa da pálpebra inferior.

Correção de nariz

Quando o nariz não parece harmônico com o rosto, pedem-se ajustes para tentar corrigi-los com técnicas práticas.

No caso do nariz ser muito largo, se escurece as laterais com sombra opaca, começando no pé da sobrancelha, passando rente ao canto interno do olho e vai descendo nas laterais do nariz, formando duas linhas esfumaçadas para evitar demarcação acentuada. E para finalizar clareia-se o centro do nariz. Já nos curtos,

clarear o centro do mesmo na linha frontal e escurecer as narinas, as abas que neste formato de nariz são mais abertas.

Para o nariz arrebitado deve-se escurecer sua ponta. Deve-se escurecer o osso saliente do dorso, na linha frontal para levantar o nariz aquilino.

Para o nariz chato, se escurece a narina e a aba para estreitá-las, e se clareia a parte central na linha frontal do nariz.

As orientais requerem que suas laterais sejam escurecidas desde o canto interno dos olhos e, se necessário, descer com a correção até as abas do nariz.

Correção dos lábios

Para devida correção dos tipos de lábios, novamente usam-se jogos de cores e tonalidades para chegar a um resultado gratificante.

Para os lábios finos delineamos o contorno com tom mais escuro ultrapassando a linha natural a fim de engrossá-los. Para finalizar aplique o batom na parte de dentro ao seu gosto.

Aplicando base ou corretivo sobre os lábios grossos podemos disfarçar suas linhas e seguindo seus traços naturais (ou seja, o formato da sua boca), refazer o contorno dos lábios com lápis de maneira que fiquem dois milímetros menores que o tamanho original. Para finalizar aplique um batom fosco em toda superfície (brilhos só aumentam os lábios).

Para lábios pequenos, porém cheios, apaga-se o contorno dos lábios e se refaz o contorno aumentando as laterais, finalizando com batons opacos e de cores preferencialmente nos tons de naturais.

Para tornar os lábios desiguais harmônicos, aumente ou diminua as partes da boca com contornos e em seguida passe camada de batom cintilante somente no lábio que requer ser aumentado. Se o problema for lábio caído, devemos aplicar corretivo, base ou paint-stick, e pó facial nos cantos dos mesmos, para apagar seu formato e com lápis delineador de lábios, se desenha um novo contorno, diminuindo os cantos externos e arredondando os lábios. Para finalizar aplique no centro brilho labial ou gloss.

Aplicando corretivo ou base no canto dos lábios e redesenhando a boca com laterais menores, poderemos disfarçar lábios compridos. Usar batom de cor mais intensa no centro e ir diminuindo gradativamente em direção dos cantos da boca.

Os lábios retos requerem desenho em tom mais escuro, formando contorno tanto para lábios superiores como inferiores. No centro aplicar batom mais claro para dar maior volume.

Os lábios enrugados necessitam de contorno e preenchimento sem ultrapassar a linha demarcada, esticando o lábio para tornar a cor uniforme. Não use brilho labial, pois intensifica as rugas.

Considerações Finais

Acreditamos que a conscientização pelo respeito às individualidades promove a socialização, melhora a imagem pessoal, segurança, valorização de si próprio e de outros, desde que esta seja trabalhada de forma multicultural eliminando preconceitos.

A valorização de si mesmo é um processo que se constrói no dia-a-dia e que pode ser ajudado através da maquiagem, quem se sente bonito tem mais consciência de si, e de seu interior, transformando o indivíduo em uma pessoa mais segura, e confiante, no ambiente social e de trabalho. Atualmente os benefícios da maquiagem são comprovados através de produtos altamente tecnológicos que embelezam e tratam a pele de cada consumidor de acordo com as necessidades específicas de cada um, sugerimos posteriormente um estudo aprofundado dos principais produtos disponíveis lançados constantemente no mercado de cosméticos para a análise de qualidade e funções atribuídas a cada produto.

REFERÊNCIAS

BOCK, Ana; FURTADO Oscar; TEIXEIRA, Maria. **Psicologias**: uma introdução ao estudo de psicologia. 13.ed. São Paulo: Saraiva, 1999. 210 p.

BORDIN FILHO, Sady. **Marketing Pessoal**: dicas para valorizar a sua imagem. 5.ed. Rio de Janeiro: Record, 2002.158p.

DAVIS, Flora. **A comunicação não-verbal**: 7.ed. São Paulo: Summus, 2003.196p.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**.2 ed. Rio de Janeiro: Contraponto. 1997. 221.p.

DETONI, Maria; Oliveira, Carmen. **Vontade de imagem e celebração do cotidiano na tela**.set/2007 <http://www.unifor.br/notitia/file/1849.pdf>. Acesso em 19 de junho de 2008.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 1991

HEISLER, Nadia. **Primeira impressão é tudo**: Valorize sua imagem pessoal. 7/25/2007 http://cristianaarcangeli.terra.com.br/site/moda.aspx?flg=1&id=3901&id_categoria=74 Acesso em 2 de junho de 2008.

HOOPER, Ane. **Guia de bolso kama sutra**: técnicas clássicas para os amantes de hoje. 11.ed. Rio de Janeiro: Ediouro, 2002.96p.

LEAL, Eleuza. **Técnicas de visagismo** <http://www.taiff.com.br/modules.php?op=modload&name=News&file=article&sid=366>. Acesso em 12 de julho de 2008.

MOLINOS, Duda. **Maquiagem**. 4.ed. São Paulo: Senac, 2001.223p.

PADILHA, Ênio. **Marketing Pessoal & Imagem Pública**. 2.ed. Balneário Camboriú: Palloti, 2002.78p.

PIERRO, Giulia. **Breve História da Maquiagem**. 02/02/2008.
<http://suaconsutora.blogspot.com/2008/02/breve-história-da-aquiagem.html>. Acesso em 25 de maio de 2008

PINTO, Sérgio. BÔAS Filho, Mauro. **Facilitando**: o uso das normas da ABNT nos trabalhos acadêmicos na era da informática. 1.ed. Espírito Santo: Oficina de letras, 2003. 67p.

SILVA, E. L. da; MENEZES, E. M. **Metodologia da Pesquisa e Elaboração de Dissertação**. 3.ed. Florianópolis: Laboratório de Ensino a Distância da UFSC, 2001.

VASCONCELOS, N. A.; SUDO, I.; SUDO N. **Um peso na alma**: O corpo gordo e a mídia. Revista Mal estar e Subjetividade, Fortaleza, v. IV, n.1, p.65-93, março. 2004.

VAZ, Ana. **Pequeno Livro de Estilo**: Guia para toda hora. 1. ed. São Paulo: Verus. 2007. 219.p.