

Fábio Ritter, Luciana Brandão, Ana Mae Barbosa e Heloisa Mendes Pereira *

Design thinking na ressignificação do visagismo: Crítica às bases excludentes e mensuração facial

* **Fábio Ritter** é professor e assessor acadêmico na Universidade Anhembi Morumbi, graduado em Estética e Cosmética com ênfase em Visagismo e Terapia Capilar pela Anhembi Morumbi e em Design Gráfico e Digital pela FAM. Mestre em Tecnologias da Inteligência e Design Digital pela PUC-SP, e doutorando em Design pela UAM. É autor do livro “VISAGISMO ACADÊMICO NO SÉCULO XXI”. É o fundador da Revista Digital Visagismo, e em 2022, recebeu o prêmio máximo do Programa de Performance Extraordinária da Anima Educação.

fabiora82@gmail.com

ORCID 0000-0002-7015-1491

Luciana Brandão é Mestre e pesquisadora em Estudos Culturais pela USP. Com formação complementar em Harvard (ALARI) e pós-graduações em Antropologia, Filosofia e Sociologia, foca sua investigação em Estética Política, Moda e Diáspora Afro-latino-americana. Graduada em Visagismo, é fun-

Resumo Este artigo investiga a prática do visagismo, em busca de uma revisão crítica dos métodos excludentes e das controversas técnicas de mensuração facial. O objetivo é cotejar as principais bases teóricas da área, propondo a ressignificação da sua práxis por meio de abordagens mais inclusivas, utilizando para tanto o Design Thinking. A metodologia desse estudo é qualitativa e descritiva, baseando-se em revisão bibliográfica e documental, incluindo livros, artigos científicos, dissertações e teses. Ao analisar a origem e evolução do visagismo, discutindo as influências culturais dominantes nos conceitos de beleza, se verificam falhas das clássicas abordagens visagistas, como as práticas de mensuração facial. Nesse sentido, o Design Thinking, por ser uma metodologia abrangente, é proposto como base para o processo de consultoria, com o intuito de estruturar e melhorar as práticas visagistas. Os resultados apontam que o Design Thinking pode ser uma ferramenta eficaz para tornar o visagismo uma prática mais inclusiva e representativa, valorizando a diversidade cultural e étnica.

Palavras-chave Design Thinking, Visagismo, Inclusão, Diversidade.rede, Experiência do usuário.

dadora do CEAC e membro de grupos do CNPq/CAPES. Atuou como docente auxiliar na USP e bolsista Santander na Universidade de Tarapacá (Chile). Ativista e palestrante, utiliza o Visagismo e a Estética Política como ferramentas de resgate da memória afrodescendente e valorização cultural, promovendo autoestima e representatividade em instituições públicas e privadas.

brandaolucianasbf@usp.com

ORCID 0009-0000-5527-0006

Ana Mae Barbosa é graduada em Direito - Universidade Federal de Pernambuco (1960), mestrado em Art Education - Southern Connecticut State College (1974) e doutorado em Humanistic Education - Boston University (1978). É Professora Emérita da Universidade de São Paulo e titular da Universidade Anhembi Morumbi. Tem experiência na área de Artes, com ênfase em Arte/Educação, atuando principalmente nos seguintes temas: Ensino da Arte e contextos metodológicos, História do Ensino da Arte e do Desenho, Ensino do Design, Administração de Arte, Interculturalidade, Pedagogia Visual, Estudos de Museus de Arte, Mediação Cultural e Estudos Visuais. Vice Coordenadora do GEPABOF e membro do GEARTE.

anamaebarbosa@gmail.com

ORCID 0000-0002-4966-2043

Heloisa Mendes Pereira é arquiteta e Urbanista graduada pela Universidade Estadual de Londrina (2014) e mestre em Arquitetura, Tecnologia e Cidade pela Universidade Estadual de Campinas (2021), doutoranda em Teoria, História e Crítica do Design pela Universidade Anhembi Morumbi (Bolsista CAPES). É proprietária do HMP Arquitetura. Docente do curso de Arquitetura e Urbanismo do Centro Universitário

Design thinking in the resignification of visagism: Criticism of exclusionary bases and facial measurement

Abstract *This article investigates the practice of visagism, criticizing exclusionary practices and controversial facial measurement techniques. The objective is to critically review the theoretical bases of visagism, proposing its resignification of praxis through more inclusive approaches, using Design Thinking for this purpose. The methodology of this study is qualitative and descriptive, based on a bibliographic and documentary review, including books, scientific articles, dissertations and theses. When analyzing the origin and evolution of visagism, discussing the dominant cultural influences on concepts of beauty, flaws in the classic visagist approaches, such as facial measurement practices, are identified. In this sense, Design Thinking, as a comprehensive methodology, is proposed as a basis for the consulting process, with the aim of structuring and improving visagist practices. The results indicate that Design Thinking can be an effective tool to make visagism a more inclusive and representative practice, valuing cultural and ethnic diversity.*

Keywords *Design Thinking, Visagism, Inclusion, Diversity.*

Design thinking en la redefinición del visagismo: Crítica a las bases excluyentes y a la medición facial

Resumen *Este artículo investiga la práctica del visagismo, criticando las prácticas excluyentes y las técnicas controvertidas de medición facial. El objetivo es revisar críticamente las bases teóricas del visagismo, proponiendo su resignificación de la praxis a través de enfoques más inclusivos, utilizando para ello el Design Thinking. La metodología de este estudio es cualitativa y descriptiva, basada en una revisión bibliográfica y documental, que incluye libros, artículos científicos, disertaciones y tesis. Al analizar el origen y la evolución del visagismo, discutiendo las influencias culturales dominantes en los conceptos de belleza, se identifican fallas en los enfoques visagistas clásicos, como las prácticas de medición facial. En este sentido, el Design Thinking, como metodología integral, se propone como base para el proceso de consultoría, con el objetivo de estructurar y mejorar las prácticas visagistas. Los resultados indican que el Design Thinking puede ser una herramienta eficaz para hacer del visagismo una práctica más inclusiva y representativa, valorando la diversidad cultural y étnica.*

Palabras clave *Design Thinking, Visagismo, Inclusión, Diversidad.*

rio Unifaat. Atuou como pesquisadora coorientadora na Universidade Estadual de Campinas Tem experiência nas áreas de Arquitetura, Design, Design de Interiores e Design Gráfico. Atua em pesquisas com ênfase em projeto arquitetônico, arquitetura paulista, acervo de arquitetura, design, design de interiores e ensino multidisciplinar. heloisammph@gmail.com
ORCID 0000-0001-9452-2050

Introdução

A prática do visagismo, historicamente ancorada em padrões de beleza hegemônicos e em métodos controversos de mensuração facial, enfrenta críticas crescentes por não refletir a diversidade cultural e étnica da sociedade contemporânea. Este artigo visa realizar uma revisão crítica das bases teóricas do visagismo, destacando a urgência de resignificar essas práticas por meio de abordagens mais inclusivas, como o Design Thinking. A persistência de padrões é problemática, conforme podemos observar em Hallawell (2010)¹, “a arte de criar uma imagem pessoal que valoriza as características físicas e revela as qualidades da personalidade por meio do uso de cosméticos, tintas, cortes de cabelo e penteados”. Ocorre que o entendimento desses atributos se dá a partir de uma complexa contextualização cultural coletiva e mesmo individual, de modo que, para se sustentar enquanto definição, frequentemente se negligencia a diversidade e se estabelecem ideais limitados.

A abordagem do visagismo, quando sustentada por critérios estéticos supostamente universais, como a proporção áurea e a simetria facial, tende a perpetuar exclusões e hierarquias simbólicas de beleza. Práticas como a mensuração facial, com raízes em teorias pseudocientíficas como a eugenia e a antropometria, demonstram como o campo da estética pode ser instrumentalizado para fins de normalização e controle dos corpos. Nesse sentido, o presente artigo propõe uma inflexão crítica e ética, problematizando os fundamentos históricos do visagismo e propondo sua resignificação a partir de uma lente decolonial e interseccional. Esse olhar ampliado permite não apenas revisar os referenciais técnicos da prática, mas também reposicionar o sujeito no centro do processo criativo, com foco na singularidade e na pluralidade das identidades.

O estudo também explora e apresenta como o Design Thinking pode contribuir para uma prática de visagismo mais inclusiva e representativa, transformando a abordagem clássica que frequentemente marginaliza características fora dos padrões dominantes. Este trabalho se justifica pela necessidade de adaptar o visagismo às variadas noções de beleza presentes em uma sociedade globalizada, reconhecendo que os padrões eurocêntricos historicamente instituídos não são neutros, mas construções ideológicas com implicações sociais profundas, como apontam Holland (2008) e Richards (2013). A inserção de metodologias contemporâneas, como o Design Thinking, oferece caminhos promissores para superar essas limitações e reconstruir os fundamentos epistemológicos do campo.

A metodologia empregada é qualitativa e baseada em revisão bibliográfica e documental. Ao combinar essas duas abordagens, se busca construir um referencial teórico fundamentado tanto em análises prévias quanto em dados primários, garantindo assim uma visão ampla e detalhada do objeto de estudo (SILVEIRA; CÓRDOVA, 2009). Esta abordagem permite uma análise crítica das limitações do visagismo clássico², as possibilidades de sua resignificação e atualização.

O artigo está estruturado em três partes principais: a primeira discute a evolução histórica e os fundamentos teóricos do visagismo; a segunda parte examina as práticas de mensuração facial e os padrões de beleza dominantes, assim como a prática da antropometria, ilustrando a necessidade de uma reavaliação crítica; e a terceira parte apresenta o Design Thinking como uma metodologia inovadora para a reformulação da prática do visagismo, oferecendo uma análise detalhada de como essa abordagem pode ser implementada para promover inclusão.

Em suma, este estudo propõe uma visão contemporânea para a área, que valorize a diversidade e incentive a inclusão, pautando a práxis em métodos estruturados e acessíveis, mas também sensíveis às complexidades sociais, culturais e subjetivas que envolvem a construção da imagem pessoal na contemporaneidade.

Uma trajetória do visagismo

O visagismo, termo derivado da palavra francesa “visage” (rosto), surgiu na França na década de 1930, sendo atribuído ao maquiador e cabeleireiro Fernand Aubry. Considerado o precursor desta prática, Aubry desenvolveu uma metodologia estética voltada à criação de uma imagem pessoal personalizada. Sua proposta baseava-se na análise minuciosa dos traços faciais, da personalidade, profissão e preferências individuais de seus clientes, com o objetivo de revelar uma beleza autêntica e harmônica (HALLAWELL, 2010).

Aubry visualizava o rosto como uma tela a ser moldada, utilizando os princípios da arte clássica como proporção, simetria, forma, luz e sombra. Essa concepção artística do visagismo transformou o profissional da beleza em um verdadeiro escultor da imagem humana. Segundo Hallawell (2010), Aubry costumava afirmar que não existiam pessoas sem beleza, apenas belezas ainda não reveladas.

As técnicas desenvolvidas por Aubry rapidamente se difundiram por toda a Europa e, posteriormente, pelas Américas. No Brasil, uma das primeiras menções públicas ao trabalho de Aubry foi registrada na revista *Jornal das Moças*, em 31 de julho de 1941, onde sua atuação foi destacada como símbolo da modernidade estética e de uma nova perspectiva sobre o empoderamento feminino por meio da imagem pessoal.



Figura 1 Fernand Aubry destacado como maquiador e visagista em publicação brasileira.
Fonte JORNAL DAS MOÇAS: revista semanal ilustrada (RJ). Rio de Janeiro: [s.n.], 31 jul. 1941. p. 16.

Entretanto, é necessário compreender que, apesar de inovadora para a época, a proposta estética de Aubry estava fortemente enraizada em padrões eurocêntricos de beleza. Estes modelos, ao se tornarem referência estética universal, acabaram por silenciar outras expressões culturais e étnicas, contribuindo para a exclusão de identidades visuais não hegemônicas (RITTER, 2020).

No Brasil, o visagismo passou a ganhar força sobretudo na década de 1990. Nesse período, foi amplamente promovido como técnica inovadora no campo da beleza, centrando-se na personalização do atendimento a partir da leitura dos traços físicos e da personalidade do cliente. No entanto, a falta de embasamento teórico e científico tornou a prática dogmática, sendo replicada mecanicamente, sem espaço para questionamento crítico ou adaptação contextual (RITTER, 2020).

Neste cenário, destaca-se a obra *Visagismo: Harmonia e Estética*, que propõe uma abordagem fundamentada nos temperamentos e na leitura facial, tratando o rosto como estrutura artística a ser compreendida por meio de dez princípios fundamentais: manipulação de luz e sombra, teoria da cor, perspectiva tonal, estrutura e ritmo visual, proporções faciais, eixos, composição, textura, percepção espacial e perspectiva linear (HALLAWELL, 2010).

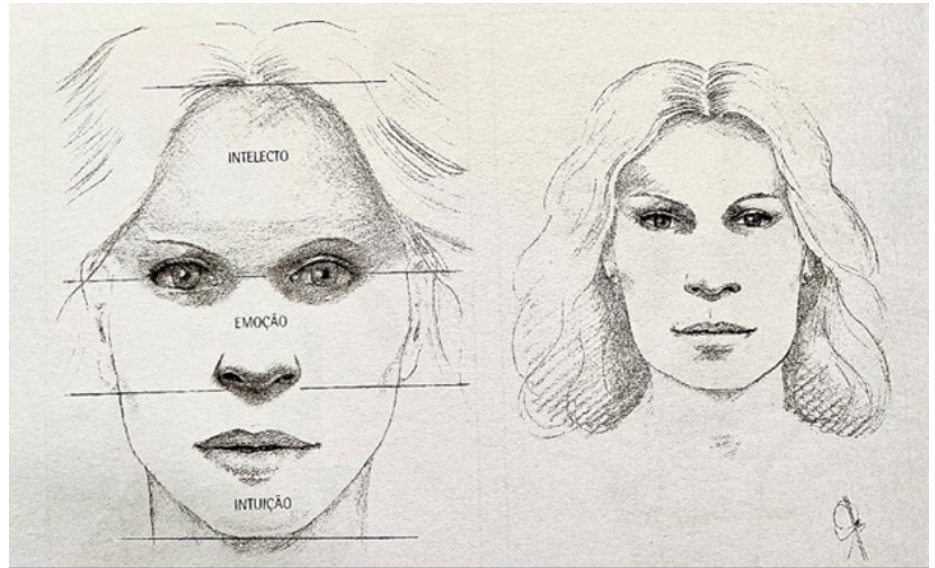


Figura 2 Divisão do rosto humano segundo a proporção áurea.

Fonte Hallawell, 2010.

A estética visual, segundo Hallawell (2010), é a base do trabalho do visagista. Ao compreender o funcionamento cerebral em relação à percepção visual — como os arquétipos geométricos provocam reações emocionais imediatas — o profissional adquire ferramentas para criar imagens com poder de expressão e identidade. A proporção áurea, por exemplo, aplicada ao rosto humano, divide-o em três regiões simbólicas: o terço racional (topo do couro cabeludo até as sobrancelhas), o terço emocional (sobrancelhas até a base do nariz) e o terço instintivo (base do nariz ao queixo), cada qual relacionada a aspectos da mente e da personalidade (TRINDADE et al., 2017).

Apesar das contribuições da obra de Hallawell, a proposta ainda se mantinha atrelada a uma dimensão estética e visual da imagem, sem aprofundar-se nos aspectos sociais, subjetivos e culturais que envolvem a construção identitária e imagética. É nesse ponto que se destaca o trabalho de Fabio Ritter (2020), autor que propõe uma inflexão acadêmica ao visagismo. Em sua obra *Visagismo Acadêmico no Século XXI*, o pesquisador critica o modelo anterior por sua superficialidade e ausência de cientificidade, propondo a ressignificação do conceito de visagismo, baseado na interdisciplinaridade entre neurociência, semiótica, antropologia e linguagem visual (RITTER, 2020).

Segundo Antunes (2020), o visagismo não deve limitar-se à busca pela harmonia visual, mas sim tornar-se uma prática crítica e ética, capaz de compreender a imagem como fenômeno cultural, simbólico e subjetivo. Ele defende que toda imagem pessoal pode carregar significados que influenciam diretamente as relações sociais, a autoestima e a percepção de si, inclusive em diferentes momentos da vida. O visagismo contemporâneo, portanto, se distancia das padronizações estéticas eurocênicas e se aproxima de uma proposta inclusiva, que valoriza a diversidade e a autenticidade (RITTER, 2020).

Atualmente, o visagismo se consolida como campo do saber em construção. Abandona-se a ideia de fórmula universal de beleza eurocêntrica em favor de uma prática fundamentada em ciência, cultura e subjetividade. Ele torna-se uma ferramenta de comunicação e expressão identitária, contribuindo para a valorização da individualidade, os objetivos imagéticos.

Em síntese, a trajetória histórica do visagismo revela um percurso de transformações significativas: de uma prática artística concebida por Fernand Aubry, passando por uma adaptação empírica com Philip Hallawell, até alcançar uma abordagem interdisciplinar e científica com Fabio Ritter. No entanto, esse percurso também evidencia a persistência de padrões eurocêntricos de beleza que, ao serem naturalizados, marginalizam e excluem outras formas de expressão estética. O eurocentrismo no visagismo perpetua a ideia de superioridade de traços faciais associados às populações europeias, gerando pressões para que indivíduos adaptem sua aparência a esses ideais limitantes (RITTER, 2020). Diante disso, resignificar o visagismo na contemporaneidade requer o reconhecimento da diversidade cultural e étnica como elemento essencial. A incorporação de metodologias inclusivas, como o Design Thinking, pode ser estratégica para desenvolver práticas que valorizem a pluralidade de identidades, rompendo com padrões restritivos e promovendo uma estética verdadeiramente democrática e representativa.

Influências eurocêntricas nos conceitos de beleza

A construção dos conceitos de beleza, ao longo da história, tem sido predominantemente moldada por padrões eurocêntricos, que exaltam características físicas associadas às populações europeias brancas como ideais. Estes padrões têm sido reforçados através de diversas práticas e tecnologias, como a mensuração facial, a utilização da razão áurea e a máscara de Marquardt (HOLLAND, 2018), perpetuando um ideal estético restritivo e excludente. Essa persistência dos padrões eurocêntricos na beleza se entrelaça com as práticas eugênicas que emergiram no contexto europeu e norte-americano no início do século XX.

A eugenia, concebida inicialmente na Grã-Bretanha e popularizada por Francis Galton, primo de Darwin, não era uma noção isolada ou original. Como Waller (2001) argumenta, as ideias de Galton se inserem em um discurso mais amplo que remonta ao início do século XIX sobre a transmissão de características hereditárias e suas implicações reprodutivas. A eugenia defendia a ideia de que qualidades intelectuais e morais eram inatas e promovia a seleção de parceiros baseada em critérios biológicos supostamente 'superiores'. Nos Estados Unidos, por exemplo, tais ideias moldaram práticas que mais tarde seriam explicitamente reconhecidas como eugênicas.



Figura 3 Centro de Pesquisa de Eugenia do início do século XX
Fonte All That's Interesting, 2023.

O ideal estético eurocêntrico foi amplamente disseminado através da antropometria, especialmente durante o período nazista, quando a pseudociência foi utilizada para justificar teorias raciais e promover a superioridade de certas raças. A antropometria nazista, exemplificada pelas medições faciais realizadas pelo médico alemão Bruno Beger, serviu como um mecanismo para sustentar a discriminação e o preconceito racial, associando características físicas a supostos níveis de evolução humana (RICHARDS, 2013).

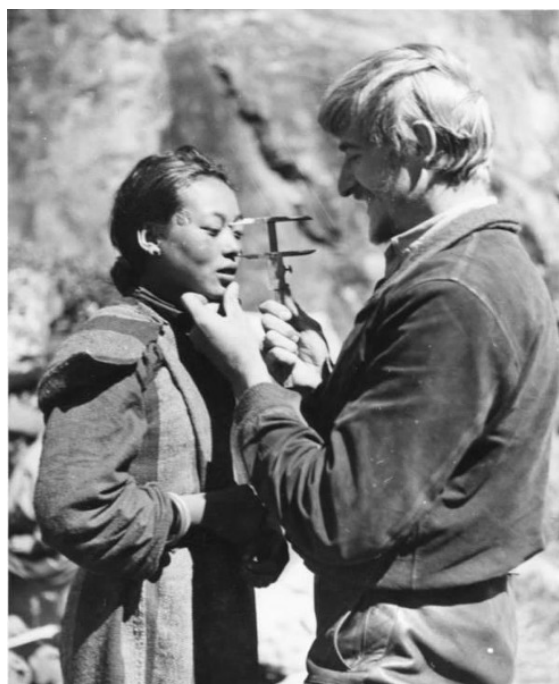


Figura 4 Dr. Bruno Beger medindo a cabeça de uma mulher
Fonte All That's Interesting, 2023.

É essencial reconhecer como essas normas estéticas eurocêntricas têm sido instrumentos de exclusão e marginalização de características faciais não-europeias. O legado dessas práticas é uma valorização racial que persiste até os dias de hoje, perpetuando ideais de beleza que excluem a diversidade. Ao analisar a influência eurocêntrica nos conceitos de beleza, fica claro que esses padrões estéticos contribuíram para a criação de um sistema que privilegia características associadas à branquitude europeia, marginalizando outras etnias.

As práticas de mensuração facial e suas origens controversas

A utilização de medidas faciais e corporais ao longo da história ilustra um legado problemático de discriminação baseada em raça, inteligência percebida e beleza. A prática começou no auge do darwinismo social, quando estudiosos mediam crânios de várias regiões do globo para promover teorias raciais que afirmavam a inferioridade de certas raças comparadas às europeias. Esta abordagem pseudocientífica reforçou hierarquias sociais prejudiciais e duradouras (FREEMAN, [2017?]).

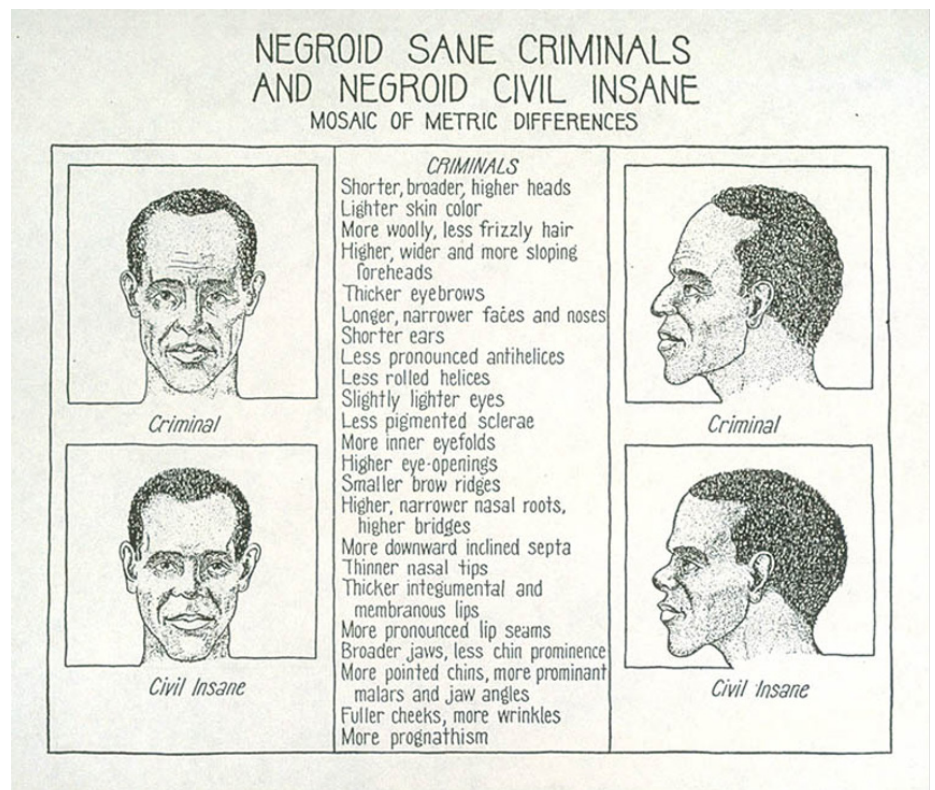


Figura 5 Folheto ilustrativo de estudos eugenistas do século XX.

Fonte Chabad.org, [2017?].

Courtesy of Garland Allen, Ph.D. Noncommercial, educational use only.

No século XX, essa mentalidade pseudocientífica se expandiu, abrangendo imigrantes europeus na América, onde medidas discriminatórias foram aplicadas sob a alegação de rigor científico. Estudos psicométricos, como os endossados por Robert Yerkes, categorizaram injustamente muitos imigrantes como “débeis mentais”, vinculando a hereditariedade à capacidade intelectual e moral e fundamentando políticas de imigração e esterilização forçada.

Paralelamente a antropometria nazista levou essas práticas a um nível extremo, usando medições faciais e corporais para justificar a superioridade ariana e fomentar o genocídio. Essas teorias associavam características físicas a supostos níveis de evolução humana, consolidando a pseudociência como base para políticas de extermínio (RICHARDS, 2013).



Figura 6 Instrumentos nazistas para mensuração crânio facial
Fonte Hyperallergic, 2019.

No campo da estética, a mensuração facial dentro do visagismo é utilizada para definir padrões de beleza e comportamento, baseando-se em proporções matemáticas específicas da face que determinam o que é considerado belo e qual seu temperamento (HALLAWELL, 2010). No entanto, ao estipular tais padrões, essas práticas podem inadvertidamente perpetuar a eugenia e ideais de eurocêntricos de beleza, excluindo assim características faciais que não se conformam a essas proporções ideais. Esse processo não apenas delimita o padrão estético, mas também marginaliza a diversidade de traços que caracterizam diferentes etnias e culturas.

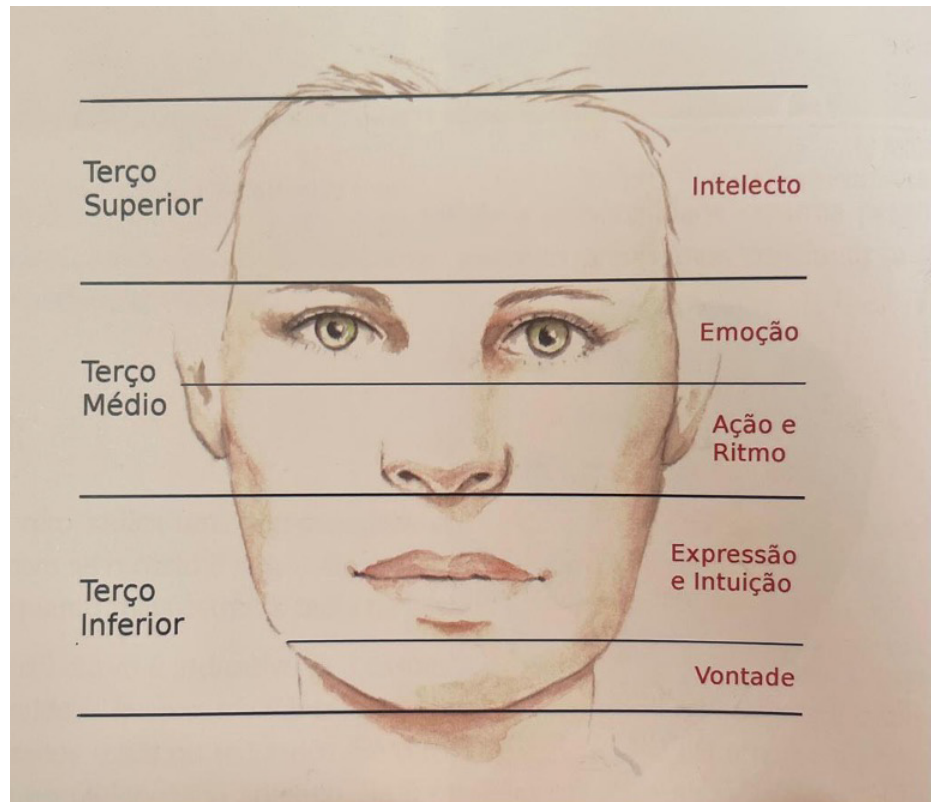


Figura 7 Terços faciais segundo Hallawell

Fonte Hallawell, 2010.

Segundo Souza (2018) o visagismo tem replicado padrões matemáticos normativos que favorecem a branquitude europeia, excluindo uma ampla gama de características faciais e culturais. Essa continuação de práticas discriminatórias na estética moderna sublinha uma falta de progresso verdadeiro em direção à inclusão.

Portanto, é imperativo resignificar as práticas de mensuração facial e estética através do visagismo contemporâneo, utilizando metodologias que respeitem a diversidade cultural e individual, e que promovam uma representação de beleza mais justa e abrangente.

Um caminho para resignificação

A concepção do conceito do Design Thinking de acordo com Demarchi (2011) foi popularizado por Tim Brown no livro “Design Thinking – Uma metodologia Poderosa para Decretar o Fim das Velhas Ideias” (2010), evoluiu lentamente até se firmar como um conjunto de princípios aplicáveis por diversas pessoas a uma ampla variedade de problemas. Brown destaca a interdisciplinaridade, a sociabilidade e a criatividade como aspectos centrais desse processo.

Demarchi (2011) enfatiza que o Design Thinking incorpora características como pensamento distinto, colaboração e integração entre grupos, criatividade, proatividade e empatia, um entendimento que delinea o processo em cinco etapas essenciais: pesquisa de campo, trabalho em grupos multidisciplinares, prototipagem rápida, visualização de conceitos e integração de análise processual.

Para Bezerra, (2013), a essência do Design Thinking reside na centralização do ser humano, uma perspectiva que Matandos (2013) reforça ao

descrever o método como focado no usuário, através do uso de ferramentas como entrevistas e mapas mentais para gerar empatia.

Lopes (2016) e Demarchi (2011) reiteram que a base metodológica do Design Thinking se assenta na empatia, colaboração e experimentação (prototipagem), enquanto Bertão (2015) argumenta que essa abordagem facilita o uso criativo dos processos e materiais.

Bertão (2015) destaca que os insights frequentemente buscados pelos designs thinkers ajudam na extensão do conhecimento. Por fim, Brown divide o processo em três etapas principais: inspiração, idealização e implementação, sugerindo que, embora apresentadas sequencialmente, estas etapas podem ocorrer de forma não linear e intercambiável (Matandos, 2013). A fase de inspiração envolve a coleta de insights e a definição clara do problema a ser resolvido. Na fase de idealização, as ideias são geradas, desenvolvidas e testadas através de técnicas como brainstorming e prototipagem. Finalmente, a fase de implementação foca em transformar as melhores ideias em planos de ação concretos e viáveis (BROWN, 2008).

O Instituto de Design Hasso Plattner na Universidade de Stanford é a principal referência do setor educacional (BJÖRKLUND e KEIPI, 2019). A metodologia utilizada e incentivada neste processo do DT são: 1) Empatia, para conhecer o público-alvo; 2) Definição, das questões chaves; 3) Ideação, criação de soluções; 4) Prototipação, para construir e representar as ideias; 5) Teste, das ideias e possíveis feedbacks dos usuários.

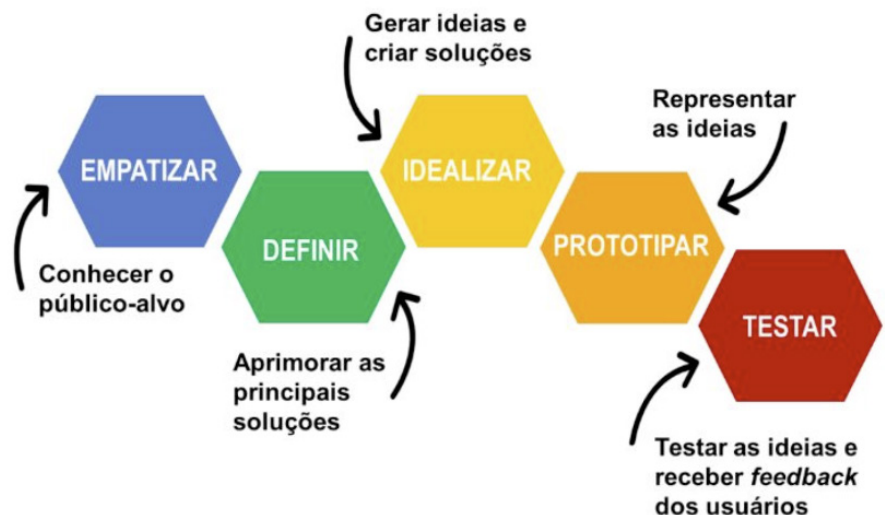


Figura 8 Etapas do Design Thinking
Fonte Facca, 2020.

No contexto do visagismo, o Design Thinking pode ser uma ferramenta poderosa para resignificar práticas e promover uma abordagem mais inclusiva e representativa. Ao focar na empatia e na colaboração, o DT permite que os profissionais de visagismo desenvolvam soluções que respeitem e celebrem a diversidade cultural e étnica, desafiando os padrões eurocêntricos de beleza que historicamente têm dominado a indústria. Essa abordagem não apenas enriquece o campo do visagismo, mas também contribui para uma sociedade mais equitativa e inclusiva.



Figura 9 Etapas do DT no Visagismo
Fonte Elaborado pelos autores.

Considerações finais

Esta pesquisa abordou a prática do visagismo e sua relação com padrões de beleza eurocêntricos e práticas de mensuração facial historicamente controversas. Através de uma revisão bibliográfica, identificamos que o visagismo, frequentemente baseado em conceitos estéticos e científicos eurocêntricos, utiliza a mensuração facial para determinar proporções ideais, muitas vezes justificando teorias raciais discriminatórias. Além disso, os padrões de beleza eurocêntricos, como a razão áurea e a máscara de Marquardt, tendem a marginalizar características faciais divergentes, contribuindo para a exclusão de indivíduos de diversas origens culturais e perpetuando uma visão limitada de beleza.

As práticas de mensuração facial, com raízes em teorias como a eugenia e a antropometria nazista, foram criticadas por sua base pseudocientífica usada historicamente para justificar discriminação racial e genocídio. Essas práticas destacam a necessidade urgente de uma revisão crítica dessas metodologias. O Design Thinking, como abordagem centrada no ser humano que enfatiza empatia, colaboração e experimentação, foi discutido como uma metodologia potencialmente transformadora para o visagismo, permitindo o desenvolvimento de práticas mais inclusivas e representativas.

Com base nas descobertas desta pesquisa, sugerimos várias direções para futuras investigações e aplicações práticas. Há um potencial significativo no desenvolvimento de novos aplicativos e ferramentas de visagismo que utilizem algoritmos avançados para reconhecer e valorizar a diversidade de características faciais. Estudos empíricos poderiam avaliar a eficácia do Design Thinking na transformação das práticas de visagismo, enquanto programas educacionais poderiam incorporar esta metodologia para capacitar profissionais a adotar práticas inclusivas. Além disso, análises comparativas entre práticas clássicas e abordagens inovadoras através do Design Thinking podem elucidar áreas de melhoria e demonstrar os benefícios tangíveis de uma abordagem inclusiva.

Finalmente, é imperativo investigar o impacto social de práticas de visagismo mais inclusivas, analisando como elas influenciam a autoestima e a percepção de beleza entre diferentes grupos étnicos e culturais.

Em conclusão, a resignificação das práticas de visagismo através do Design Thinking oferece um caminho promissor para desafiar os padrões excludentes de beleza e promover uma abordagem mais inclusiva e representativa. Ao adotar essas práticas, os profissionais de visagismo podem desempenhar um papel crucial na promoção da diversidade e da inclusão, refletindo os valores contemporâneos de igualdade e respeito à diversidade. Para Brown (2008) o design thinking, é uma abordagem para a solução criativa de problemas que pode ser aplicada por diversas pessoas a uma ampla variedade de problemas. A abordagem do design thinking privilegia o usuário final, busca-se identificar as necessidades não declaradas ou latentes das pessoas e traduzi-las em oportunidades.

Referências

- ANTUNES, Fabio Ritter. **Visagismo acadêmico no século XXI**. Ananindeua: Editora Itacaiúnas, 2020.
- ALL THAT'S INTERESTING**. História da Eugenia. 2023. Disponível em: <https://allthatsinteresting.com/eugenics-history#7>. Acesso em: 25 jun. 2024.
- ALL THAT'S INTERESTING**. Dr. Bruno Beger medindo a cabeça da mulher. 2023. Disponível em: <https://allthatsinteresting.com/eugenics-history#3>. Acesso em: 25 jun. 2024.
- BERTÃO, Renato Antonio. **Learn Thinking e Design Thinking: aproximações teóricas**. Curitiba, 2015.
- BEZERRA, Josenildo Soares. **Design Thinking; Uma Nova Forma de Pensar**. QUIPUS, Revista Científica das Escolas de Comunicação e Artes e Educação. 2013.
- BJÖRKLUND, T.; KEIPI, T. (.). **Design +: Organizational renewal and innovation through design**. e-book. ed. Helsinki: Aalto University - Aalto Design Factory, 2019. 222 p. ISBN 978-952-60-3783-7. Disponível em: <https://aaltodoc.aalto.fi/handle/123456789/41115>. Acesso em: 20 jun. 2024.
- BROWN, T. **Tales of creativity and play**. 2008. TED - Ideas worth spreading. Disponível em: https://www.ted.com/talks/tim_brown_on_creativity_and_play. Acesso em: 20 jun. 2024.
- BROWN, Tim. **Design Thinking, Uma Metodologia Poderosa Para Decretar o Fim das Velhas Ideias**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010
- CHABAD.ORG. **Folheto ilustrativo**. ([2017?]). Disponível em: https://www.chabad.org/multimedia/audio_cdo/aid/5093994/jewish/How-the-Science-of-Racism-Led-to-the-Holocaust.htm. Acesso em: 25 jun. 2024.

FACCA, Cláudia Alquezar. **A contribuição do pensamento do design na formação do engenheiro: O espaço do fab lab como experiência transversal**. 2020. Tese (Doutorado)- Programa de pós-graduação stricto sensu, Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo, 2020. Disponível em: <https://drive.google.com/file/d/1GAEP0trpfKbWpepb19nu9uDDtYlg-7Q_M/> . Acesso em: 19 jun. 2024.

FREEMAN, Tzvi. **How the Science of Racism Led to the Holocaust: The War Against the Divine Image in Man**. Chabad.org, [2017?]. Disponível em: <https://www.chabad.org/5093994>. Acesso em: 19 jun. 2024.

FOUCAULT, Michel. **As palavras e as coisas: uma arqueologia das ciências humanas**. 8. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

HALLAWELL, P. **Visagismo: harmonia e estética**. 6. Ed. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2010.

HYPERALLERGIC. **Instrumentos nazistas para mensuração crânio facial**. 2019. Disponível em: <https://hyperallergic.com/526099/nazi-memorabilia-slated-for-exhibition-are-mostly-modern-forgeries-experts-say/>. Acesso em: 25 jun. 2024.

HOLLAND, E. **Marquardt's Phi Mask: Pitfalls of Relying on Fashion Models and the Golden Ratio to Describe a Beautiful Face**. *Aesthetic Plastic Surgery*, v. 32, p. 200-208, 2008. Disponível em: <https://doi.org/10.1007/s00266-007-9080-z>. Acesso em: 20 jun. 2024.

JORNAL DAS MOÇAS: revista semanal ilustrada (RJ). Rio de Janeiro: [s.n.], 31 jul. 1941. p. 16.

LOPES, Ana Lúcia de Sousa; HARGAH, Cláudia Coelho; SANTOS, Ricardo Miranda dos. **Design Thinking na formação dos professores como estratégia pedagógica de imersão**. In: SIMPÓSIO INTERNACIONAL DE EDUCAÇÃO E COMUNICAÇÃO (SIMEDUC), 7., 2016, Aracaju. Anais [...]. Aracaju: SIMEDUC, 2016.

MATANDOS, Daniel Lafer. **Implementação de um processo de Design Thinking para o CEPED (Centro de Estudos e Pesquisas sobre Desastres) e sua aplicação para o desenvolvimento de soluções reais**. São Paulo, 2013.

RICHARDS, M. **The Oxford Handbook of the History of Eugenics**. *New Genetics and Society*, v. 32, n. 3, p. 322-328, 2013. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/14636778.2013.784062>. Acesso em: 20 jun. 2024.

RITTER, Fabio A. **Visagismo nas Tecnologias Digitais**. Dissertação (Mestrado). Pontifícia Universidade Católica, 2020.

SILVEIRA, Denise Tolfo; CORDOVA, Fernanda Peixoto. **A pesquisa científica**. In: GERHARDT, Tatiana Engel. (org.). *Métodos de pesquisa*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

SOUZA, M. A. (2018). **Desafios e Perspectivas do Visagismo Contemporâneo**. *Revista Brasileira de Estética*, 12(3), 45-59.

TRINDADE, M. G.; PAZ, D. R. C.; CABRAL, R. A. F. **A imagem pessoal como representação simbólica no visagismo: uma abordagem do rosto como mapa de linguagem**. Revista Científica da FHO, Araras, v. 12, n. 2, p. 3-12, jul./dez. 2017.

WALLER, J. C. **Ideas of Heredity, Reproduction and Eugenics in Britain 1800–1875**. Studies in the History and Philosophy of Biological and Biomedical Sciences, v. 32, p. 457-489, 2001.

1 Descrição presente na contracapa do livro de Hallawell (2010).

2 Adota-se o termo visagismo clássico para designar as teorias e práticas que caracterizam as origens do campo, com fundamentação em Foucault (1999), pelo entendimento de que os termos “clássico”, “moderno” e “contemporâneo” expressam modos distintos de pensar e atuar no mundo.

3 O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

Recebido: 04 de junho de 2025

Aprovado: 23 de fevereiro de 2026