

**CENTRO DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL SENAC SAÚDE E BELEZA
TECNÓLOGO SUPERIOR ESTÉTICA E COSMÉTICA**

Gabriela Nascimento Dutra

**AUTOESTIMA MASCULINA: EFEITO DA UTILIZAÇÃO DE TÉCNICAS DE
MAQUIAGEM**

Florianópolis

2021

Gabriela Nascimento Dutra

**AUTOESTIMA MASCULINA: EFEITO DA UTILIZAÇÃO DE TÉCNICAS DE
MAQUIAGEM**

Trabalho apresentado ao Centro de Educação Profissional Senac Saúde e Beleza como requisito parcial para obtenção do título de Tecnólogo em Estética e Cosmética.

Orientador Conteudista: Msc. Kênia Costa Alexandra Hermann;

Orientador Metodológico: Msc. Renato Claudino

Florianópolis

2021

Ficha de identificação da obra

D978a Dutra, Gabriela Nascimento

Autoestima masculina: efeito da utilização de técnicas de maquiagem / Gabriela Nascimento Dutra. – Florianópolis (SC): Faculdade Senac Saúde e Beleza, 2021.
63 f.: il. color.

Orientadora: Kênia Costa Alexandra

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Tecnólogo em Estético e Cosmética) – Faculdade Senac Saúde e Beleza, 2021.

1. Autoestima. 2. Estética. 3. Autoimagem. 4 Maquiagem masculina. I. Título.

CDD 22 ed. 646.72

Ficha catalográfica elaborada pela Bibliotecária Fahima Rios – CRB 14/1095



Creative Commons - Atribuição -NãoComercial CC BY-NC

Gabriela Nascimento Dutra

**AUTOESTIMA MASCULINA: EFEITO DA UTILIZAÇÃO DE TÉCNICAS DE
MAQUIAGEM**

Trabalho apresentado ao Centro de Educação Profissional Senac Saúde e Beleza como requisito parcial para obtenção do título de Tecnólogo em Estética e Cosmética.

Orientador Conteudista: Msc. Kênia Costa Alexandra Hermann

Orientador Metodológico: Msc. Renato Claudino

Banca:

Roselene Kroth- Unidade vinculada SENAC Saúde e Beleza

Renato Claudino - Unidade vinculada SENAC Saúde e Beleza

Dedico este trabalho a todos meus familiares e amigos que acreditaram no potencial deste projeto.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a minha família por se manter ao meu lado nesta etapa de minha vida, mais explicitamente minha mãe, Rosemy da Silva Nascimento, por sempre acreditar em meu potencial e investir tanto em meu crescimento pessoal e profissional. Obrigada aos professores e coordenadores que estiveram nesta jornada junto de nossa turma, por todo conhecimento proporcionado.

“Quanto mais você gosta de si mesmo,
menos você se parece com qualquer
outra pessoa, o que o torna único.”

(WALT DISNEY)

RESUMO

As necessidades humanas estão classificadas em cinco categorias: Fisiológica, Segurança, Convívio Social, Estima e Autorrealização. A autoestima influencia na saúde mental e caracteriza a forma como o indivíduo elege suas metas, projeta suas expectativas, aceita a si mesmo e valoriza o outro. Uma das possibilidades de se elevar a autoestima é com o uso de técnicas de maquiagem, recurso tradicionalmente mais relacionado ao público feminino. Para isto, esta pesquisa visa analisar se a autoestima masculina pode ser elevada com o uso de técnicas de maquiagem, seguindo a fundamentação teórica sobre a autoestima e estética, autoimagem e maquiagem. A metodologia da pesquisa caracteriza-se nas abordagens exploratória, quantitativa e qualitativa, aplicada num grupo amostral composto por seis indivíduos. Porém, durante a seleção dos participantes, observou-se que ainda há um preconceito na sociedade com o termo “maquiagem” para o gênero masculino. Como resultado alcançado, a autoestima avaliada através da Escala de Rosenberg, permitiu concluir que 99% melhoraram sua autoestima após procedimento de maquiagem com a técnica de camuflagem e harmonização dos tons de pele. No entanto, notou-se que um dos participantes manteve a mesma pontuação antes e após o procedimento, classificando-se como estima alta. Após os procedimentos, 50% do grupo amostral obteve uma melhora em seu humor, fotografando a si mesmos afim de publicar em suas redes sociais. A pesquisa demonstrou que estudos nesta temática ainda são inéditos pela escassez de referencial teórico, necessitando de mais pesquisas no campo da estética com técnicas de maquiagem vinculado a autoestima, que por sua vez pode trazer argumentos positivos na autoconfiança das pessoas, inclusive dos sujeitos masculinos. A autoestima elevada está diretamente ligada a um ser humano ativo e produtivo na sociedade.

Palavras-chave: Autoestima; Estética; Autoimagem; Maquiagem Masculina.

ABSTRACT

Human needs are classified into five categories: Physiological, Security, Social Life, Esteem and Self-realization. Self-esteem influences mental health and characterizes the way the individual chooses their goals, projects their expectations, accepts themselves and values the other. One of the possibilities to increase self-esteem is the use of makeup techniques, a resource traditionally more related to the female audience. For this, this research aims to analyze whether male self-esteem can be increased with the use of makeup techniques, following the theoretical foundation on self-esteem and aesthetics, self-image and makeup. The research methodology is characterized by exploratory, quantitative and qualitative approaches, applied in a sample group composed of six individuals. However, during the selection of participants, it was observed that there is still prejudice in society with the term "makeup" for males. As a result achieved, self-esteem assessed through the Rosenberg Scale, allowed us to conclude that 99% improved their self-esteem after a makeup procedure with the technique of camouflage and harmonization of skin tones. However, it was noted that one of the participants kept the same score before and after the procedure, classifying it as high esteem. After the procedures, 50% of the sample group had an improvement in their mood, photographing themselves in order to publish on their social networks. The research showed that studies on this topic are still unpublished due to the lack of theoretical framework, requiring further research in the field of aesthetics with makeup techniques linked to self-esteem, which in turn can bring positive arguments in people's self-confidence, including male subjects. High self-esteem is directly linked to an active and productive human being in society.

Keywords: Self-esteem; Aesthetics; Self-image; Male Makeup.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Pirâmide das necessidades – Maslow	19
Figura 2 - Max Factor, conhecido como o pai da maquiagem.....	23
Figura 3 – Guerreiro Wodaabe da Nigéria/África,	24
Figura 4 - Participante J.N.S., 26 anos.....	37
Figura 5 - Participante A.A.B., 27 anos.	38
Figura 6 - Participante G.H.N., 23 anos.	40
Figura 7 - Participante R.C.S., 23 anos.....	42
Figura 8 - Participante G.S.F., 23 anos.	44
Figura 9 - Participante E.S., 23 anos.....	46
Figura 10 – Gáfcico Soma Total Antes E Depois Da Escala De Rosenberg.....	47
Gráfico 11 – Escala De Satisfação (Pass)	48

LISTAS DE TABELAS

Quadro 1 - Repositório, portais e resultados obtidos da pesquisa bibliográfica	18
Quadro 2- Linha do tempo da maquiagem.....	25
Quadro 3: Objetivos específicos e métodos	29

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	14
1.1	OBJETIVOS	16
1.1.1	Objetivo geral	16
1.1.2	Objetivos específicos	16
2	REVISÃO DE LITERATURA	18
2.1	AUTOESTIMA, UMA DAS NECESSIDADES BÁSICAS HUMANAS	19
2.2	AUTOIMAGEM, PONTO DE PARTIDA NA AUTOESTIMA	21
2.3	ESTÉTICA NA ELEVAÇÃO DA AUTOESTIMA	22
2.4	MAQUIAGEM: BREVE HISTÓRICO E CONTEXTOS.....	22
3	METODOLOGIA	28
3.1	CARACTERÍSTICAS DA PESQUISA	28
3.2	CARACTERÍSTICA DOS PARTICIPANTES	28
3.2.1	Crítérios de inclusão e exclusão	28
3.3	INSTRUMENTOS DE COLETA DE DADOS	29
3.3.1	Ficha de Avaliação Anamnese	29
3.3.2	Registros Fotográficos	30
3.3.3	Escala de FITZPATRICK	30
3.3.4	Escala de Rosenberg	30
3.3.5	Ficha de Satisfação	31
3.4	PROCEDIMENTOS DE COLETAS	32
3.4.1	Primeira Autoanálise	32
3.4.2	Higienização da pele	33
3.4.3	Camuflagem e harmonização dos tons de pele	33
3.4.4	Segunda autoanálise	34
4	RESULTADOS E DISCUSÃO	35
4.1	PARTICIPANTE 1 - J.N.S, 26 ANOS.....	35
4.2	PARTICIPANTE 2 – A.A.B, 27 ANOS	37
4.3	PARTICIPANTE 3 – G.H.N, 23 ANOS.....	39
4.4	PARTICIPANTE 4 – R.C.S., 23 ANOS	41
4.5	PARTICIPANTE 5 – G.S.F., 23 ANOS	42
4.6	PARTICIPANTE 6 – E.S., 29 ANOS.....	45

4.7	ANÁLISE DOS NÍVEIS DE AUTOESTIMA DO GRUPO AMOSTRAL – ANTES E DEPOIS.....	47
4.8	SATISFAÇÃO DO GRUPO AMOSTRAL.....	48
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	50
	REFERÊNCIAS.....	51
	APÊNDICE 1 – FICHA ANAMNESE	55
	APÊNDICE 2 - TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E.....	56
	APÊNDICE 3 – ESCALA DE ROSENBERG (ADAPTADO DE HUTZ, 2000)	60
	APÊNDICE 4 – CRONOGRAMA DE ELABORAÇÃO DO PROJETO	61
	ANEXO 1 – PATIENT ACCEPTABLE SYMPTON STATE (PASS)	62

1 INTRODUÇÃO

Na natureza humana, um dos aspectos que fundamentam a motivação para viver, nível de realização pessoal, sobrevivência e perpetuação da espécie é a autoestima. O psicólogo estadunidense Abraham Harold Maslow, desenvolveu a Hierarquia de Necessidades de Maslow ou apenas Pirâmide de Maslow, conhecido por indicar as cinco necessidades humanas: Fisiológicas: ar, água, comida, exercício, repouso e saúde; Segurança: abrigo, estabilidade, segurança; Social: se sentir querido, pertencer a um grupo, ser incluso; Estima: poder, reconhecimento, prestígio e autoestima; Autorrealização: desenvolvimento, criatividade, autonomia, realização (MASLOW, 1943). Conforme o mesmo autor, a necessidade de estima foi classificada em duas categorias: A estima no sentido de as pessoas serem dignas, com realizações, domínio e independência da sua vida, e a segunda é a necessidade em ser aceita e valorizada pelos outros membros da sociedade, seja por reconhecimento, prestígio e até mesmo status.

A autoestima para Bednar, Peterson (1995) se reflete na forma como as pessoas aceitam a si mesmas. Tal característica, constitui o conceito de autoestima, o qual, reflete a influência da saúde mental e caracteriza a forma como o indivíduo elege suas metas, projeta suas expectativas, aceita a si mesmo e valoriza o outro (FLORIANI, 2014). Autoestima está relacionada a autoimagem, que por sua vez, tem influência na auto aceitação de um indivíduo. No entanto, a imagem pessoal quando é aceita pelo indivíduo, eleva a estima e conseqüentemente proporciona uma relação social positiva, trazendo automaticamente, benefícios nas relações interpessoais e convívios no cotidiano (FLORIANI *et al.*, 2014). De acordo com Janasi *et al.*, (2018), é comprovado que mulheres tendem a obter maior distorção de autoimagem apresentando desvalorização de si mesmas, quando comparadas com homens, ou seja, pessoas do gênero feminino possuem um auto aceitação inferior, resultando em comportamentos infelizes (JANASI *et al.*, 2018). Gentile, *et al.* (2009), questiona se mulheres são realmente mais deficientes em autoestima comparado aos homens, sendo que três estudos que analisaram o efeito na diferença de gênero na autoestima, era pequeno a médio (KLING *et. al.*, 1999; MAJOR *et. al.*, 1999; TWENGE e CAMPBELL, 2001). Desta forma, quando a autoestima de uma pessoa está em decadência, ela pode se retirar das reuniões sociais e ficar mais perto de grupos com os quais se sente mais confortável e que aceitarão suas características

naturais, trazendo um limite em sua gama de contatos sociais em potencial (SOUZA; HUTZ, 2016).

Um dos maiores motivos de indivíduos apresentarem uma variação na autoestima, está associado ao hábito de se comparar com outras pessoas, tanto em locais públicos, relações sociais, convívio familiar, quanto em redes sociais. Por conta desta comparação em diversos ambientes que envolvem convívio social e nas mídias da internet, há divergências no intuito da incapacidade de percepção das qualidades e/ou características, resultando em pensamentos que ecoam como um “defeito”, ocasionando sua autodiminuição e conseqüentemente, o abalo da valorização pessoal (LIRA et. al., 2017).

Segundo Dutra (2018), um estudo realizado em oito mulheres com faixa etária entre 35 e 65 anos obtinha como objetivo analisar a autoestima das participantes a partir das técnicas de maquiagem leve, a qual foi composta a aplicação de produtos de maquiagem na face das participantes, como primer, base, corretivo, iluminador, pó compacto, blush, lápis de sobrancelha, sombra, rímel e batom de acordo com o protocolo criado pela pesquisadora da pesquisa, apenas para disfarçar as imperfeições apontadas pelas participantes e realçando pontos fortes e preferidos delas. A partir da utilização da Escala de Autoestima de Rosenberg, mostrou que a autoimagem possui uma importância muito significativa, tanto para sua estima quanto para qualquer outro fator emocional, e com a melhora da imagem pessoal com o uso de técnicas de maquiagem, foi possível modificar a auto visão dessas participantes.

Já em outro estudo, Brum; Maravieski e Bertim (2013), realizaram uma investigação exploratória sobre a relevância de cuidados estéticos na autoestima de estudantes. A autoestima das entrevistadas foi avaliada também através da aplicação da Escala de Autoestima de Rosenberg, antes e após as oficinas de visagismo e maquiagem livre. A oficina e maquiagem foi ministrada pela pesquisadora com o intuito de avaliar o conhecimento de cada um dos sujeitos do estudo. O estudo foi realizado em sete adolescentes do sexo feminino entre 14 e 18 anos, as técnicas de maquiagem oferecida nas oficinas foram livres. Os resultados demonstram, que no início da pesquisa, as adolescentes apresentavam uma baixa autoestima ligada a autoimagem negativa. No entanto, a utilização de técnicas de maquiagem amenizou as características indesejadas, ajudando a mulher a se sentir mais confiante e que as pessoas avaliarão suas habilidades de maneira justa, e não

de acordo com a sua aparência (TEIXEIRA; MELO, 2019). Com a realização das oficinas de técnicas de automaquiagem e com o aprendizado das técnicas de visagismo e automaquiagem, notou-se melhorias na autoestima dessas adolescentes.

No entanto, conforme Hong e Choi (2019), a maquiagem até os tempos modernos, considerava-se de uso exclusivo das mulheres até que passou a atrair a atenção do público masculino. Desde os tempos antigos o ato de embelezar-se com maquiagem já estava presente na cultura dos sumérios, Vita (2009) afirma que a vaidade não era prerrogativa do gênero feminino e sim, que os homens também tinham acesso ao uso dos produtos e os utilizavam. Desde então, Hong e Choi (2009) descreve que a medida em que os homens vêm cuidando de sua aparência e melhorando sua autoestima, a maquiagem masculina se expandiu, assim como a indústria da estética e cosmetologia.

Conforme Birkner, Bazzanella (2013), um sujeito com autoestima é autoconfiante.

Nessa direção, a autoconfiança dos indivíduos é mais fácil de brotar em sociedades em que os indivíduos confiam uns nos outros. Confiar nos outros significa confiança na sociedade em que vivemos, no país, na região, ou na cidade, na comunidade e nas instituições também. Significa o fortalecimento da identidade cultural, de nossas raízes e de nossa consciência política, de pertencermos a uma sociedade. Significa que temos estima pelo lugar onde vivemos. E, fazendo parte deste lugar, isso reforça nossa própria autoestima. (BIRKNER, BAZZANELLA, 2013, p. 36).

Sendo assim, como hipótese desta pesquisa entende-se que os cuidados estéticos através de técnicas de maquiagem são importantes na promoção da autoestima das pessoas, que nesta pesquisa tem o gênero masculino como estudo de caso.

1.1 OBJETIVOS

1.1.1 Objetivo geral

Analisar como o efeito do uso de técnicas de maquiagem, contribuem na percepção da autoestima de pessoas do gênero masculino.

1.1.2 Objetivos específicos

- a) Caracterizar os dados pessoais e de saúde dos voluntários;
- b) Caracterizar o fototipo de pele;
- c) Caracterizar a percepção da autoestima anterior ao procedimento;
- d) Aplicar a técnica de maquiagem;
- e) Analisar a percepção da autoestima após aplicação da técnica maquiagem;
- f) Classificar a satisfação dos resultados e atendimento.

2 REVISÃO DE LITERATURA

Ao realizar a revisão de literatura, destaca-se a importância de retornar ao problema da pesquisa, para extrair as palavras-chaves que caracterizam o Estado da Arte e fundamentação teórica da pesquisa. Decidiu-se usar além das referências encontradas na Biblioteca do Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (SENAC) e da Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI) por terem cursos correlatos de Estética e Cosmetologia, os seguintes repositórios na busca de pesquisas de dissertações, teses e artigos científicos: Catálogo de Teses e Dissertações da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – CAPES (CTD-CAPES), SciELO (*Scientific Eletronic Library Online*) e o Google Acadêmico.

Quadro 1 - Repositório, portais e resultados obtidos da pesquisa bibliográfica

Palavras-chaves	CTD-CAPES	SciELO	Google Acadêmico
AUTOESTIMA	827 Dissertações 271 Teses	(Psicologia) 60	916.000
AUTOIMAGEM	332 Dissertações 111 Teses	(Psicologia) 10	48.700
ESTÉTICA E BELEZA	(Saúde) 978 Dissertações 448 Teses	75	162.000
MAQUIAGEM	107 Dissertações 30 Teses	Nenhum	37.600
MAQUIAGEM MASCULINA	Nenhum	Nenhum	18.700

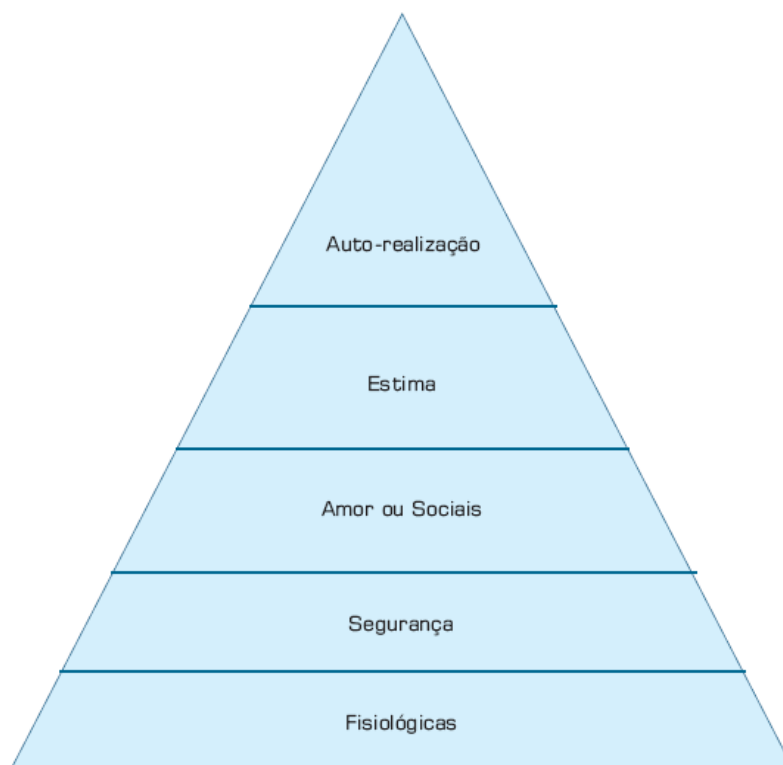
Fontes: <https://catalogodeteses.capes.gov.br/catalogo-teses/#/>; <https://www.scielo.br/> e <https://scholar.google.com.br/?hl=pt>

Conforme o Quadro 1, observou-se que o uso apenas das palavras-chaves em determinado repositório, aumenta o universo de pesquisas, saindo do foco deste trabalho, sendo necessário usar filtros como área de concentração (Saúde e Psicologia) para aproximação do objeto de estudo desta pesquisa. Um fato que foi detectado é a escassez de trabalhos sobre maquiagem nos repositórios da CTD-CAPES e SciELO. Já em termos de artigos no Google Acadêmico, este se mostrou com maior número de trabalhos.

2.1 AUTOESTIMA, UMA DAS NECESSIDADES BÁSICAS HUMANAS

O ser humano, para sua sobrevivência e perpetuação da espécie define um rol de necessidades básicas, que foram descritas e hierarquizadas pelo psicólogo americano Abraham Maslow pelos idos de 1950, conhecida como a Pirâmide de Maslow (figura 1). Essas necessidades explicam a felicidade, vontade de viver e ir em busca de seus desejos. Ele classificou em cinco grupos de necessidades. No primeiro estão as fisiológicas, no segundo a segurança e proteção, no terceiro as necessidades do meio social, em quarto a autoestima e por último a autorrealização (MASLOW, 1943).

Figura 1 - Pirâmide das necessidades – Maslow



Fonte: <https://www.scielo.br/j/prod/a/RXfxjh8nK9YjyRP4NjqQmbD/?lang=pt#>

Jesus, (2014), cita que a valorização do belo na sociedade permite uma maior interação social, porém quando alguém sofre uma alteração que afeta sua beleza e que possa comprometer a sua integridade, este tende a se afastar socialmente, fato que está relacionado com a autoestima.

Nathaniel Branden, canadense-americano, psicoterapeuta e escritor pioneiro sobre autoestima, define que a autoestima é a saúde da mente e a nossa capacidade

de pensar e enfrentar os desafios da vida. E que o nível da nossa autoestima influencia a forma de atuar na vida, não como competição e nem medida de valor, mas a forma como cada pessoa se valoriza (BRANDEN, 1994).

Para o mesmo autor, porém em outra referência, a autoestima também possui dois sentimentos, um de competência pessoal e o outro de valor pessoal. Ou seja, a autoestima é a soma da autoconfiança com o autorrespeito. Ela permite julgar a nossa capacidade em lidar com os desafios da vida (entender e dominar os problemas) e o direito de ser feliz (respeitar e defender os próprios interesses e necessidades) (BRANDEN, 2000).

Floriani (2014), reafirma que a autoestima é a maneira como um indivíduo se aceita. gentile et al., (2009), comprovaram que não há diferença na autoestima entre gêneros, fato que em 1990 a mídia afirmava que as mulheres tinham autoestima mais baixa que os homens.

Para maslow (1943), a estima ou autoestima elevada, permite desenvolver sentimentos de autoconfiança, valorização, força, capacidade e adequação de ser útil e necessário no mundo.

Tommaso (2021), descreve que pessoas com autoestima elevada são seguras, desenvolvem a criatividade e percebem as mudanças como desafios e não como algo negativo. interagem socialmente com os demais indivíduos, sem considerá-los ameaça a sua sobrevivência. Porém, a baixa autoestima pode provocar o contrário e permitir o surgimento de problemas de saúde como ansiedade, depressão, obesidade, sentimentos de incapacidade, medo da intimidade, processos de autossabotagem, isolamento social e afetivo, entre outros, nos quais, poderão ser potencializados no refúgio em substâncias nocivas à saúde. Maslow (1943) também acrescenta que a estima estando em baixa, poderá levar ao sentimento de inferioridade, incapacidade e desamparo. E Isquierdo (2020), destaca a importância em ter autoestima, pois está vinculada ao amor-próprio que influencia em todas as áreas da vida. Como exemplo: Se você não está bem consigo mesmo, sua carreira, seus relacionamentos e sua vida como um todo, não vão para a frente, ou até vão, mas será um processo mais lento, e acabará gerando sofrimentos e desgastes desnecessários. A sensação que se tem é de que tudo fica mais complicado, mais difícil. Como uma barreira invisível que te impossibilita de alcançar seus objetivos com plenitude. Segundo a área da psicologia, quem não tem amor-próprio, a

autoestima estará emocionalmente fragilizada, ou até mesmo emocionalmente doente. (ISQUIERDO, 2020, p.19).

Entretanto, para elevar a autoestima, além de atitudes psicológicas, destacamos como um ponto principal, a utilização de técnicas de maquiagem. Dutra (2018) comprova que há uma melhora na autoestima de quem utiliza a maquiagem como aliado para sua autoconfiança. Tommaso (2021a), também afirma que a intervenção estética se torna satisfatória quando auto-imagem está adequada ao seu bem estar. Pois a oferta de materiais, como da maquiagem podem reforçar os traços belos ou até mesmo camuflar imperfeições do rosto, corpo ou mesmo para rejuvenescimento, promovendo a auto-estima dos indivíduos e promovendo se sentirem belos e melhores seres humanos.

2.2 AUTOIMAGEM, PONTO DE PARTIDA NA AUTOESTIMA

Etimologicamente, a palavra imagem do Latim *imago-ginis ou imaginari*, significa formar uma imagem mental de algo, derivando de imago “imagem, representação”, a qual são mensageiras de algo, como um meio comunicador entre indivíduos, funcionando como referência de intercessão entre si próprio e seu mundo, (RIBERIO, 2013).

E qual a diferença entre autoimagem e autoestima? Autoimagem é como o indivíduo se vê e se descreve. E a autoestima é o valor, qualidade que o indivíduo se dá naquilo que acredita ser. A partir da autoimagem, há influência direta no nível e na qualidade da autoestima. Autoimagem é quem somos e como pensamos ser, seja pelas características físicas, psicológicas, qualidades, imperfeições, possibilidades, limitações, etc. (BRANDEN, 1994).

Veiga (2006) acrescenta que a autoimagem:

É a representação interna e também psíquica capaz de destruir a auto-estima ou expressão sexual, como efeito colateral tem-se quadros como a depressão e distúrbios alimentares, ou seja, sofrimento. Pessoas que não se sentem atraentes são mais propensas a avaliações negativas, exagerando na importância da imagem e, dessa forma, não se entregam muito ao próximo – já que encontram-se fechadas em si próprias. (VEIGA, 2006, p. 2).

Conforme Maltz (1981), a autoimagem pode favorecer ou não as conquistas pessoais em função da ideia que temos de nós. Também é a base da nossa personalidade, dos nossos comportamentos e das circunstâncias que nos

envolvemos. O autor ainda destaca que a autoimagem não é o destino. Ela pode ser alterada independentemente da idade do indivíduo, assim como reafirma que perceber uma autoimagem realista, adequada, parece estimular no indivíduo novas faculdades, novas aptidões e, literalmente, transformar o fracasso em sucesso.

Neste Contexto, melhorar a autoimagem, potencializa a autoestima. E a maquiagem como técnica integrante da estética, são as aliadas neste processo.

2.3 ESTÉTICA NA ELEVAÇÃO DA AUTOESTIMA

Estética é originária do termo grego *aisthetiké*, que significa “aquele que nota, que percebe”. A Estética é considerada a filosofia do belo nas manifestações artísticas e naturais. Nas questões humanas, a estética é uma ciência que tem na beleza, o despertar do sentimento pela natureza do belo dentro de cada ser humano (WEITZ, 1956; WARD, 2020).

Witt; Schneider (2011), destacam que pesquisas com a temática da beleza em diversas áreas de conhecimento não eram predominantes no campo das pesquisas científicas, sendo que isto foi mudado no final do século XX e início do século XXI, demonstrando que muitas pessoas estão buscando os procedimentos de estética para elevar a autoestima e automotivação.

Conforme Tommaso, (2010), estar bem consigo é ter boa imagem e sentir-se belo. Tal situação abre vantagem nas relações sociais, fato que a indústria de estética está se beneficiando para o favorecimento da beleza. Segundo Borba, Thives (2011) o aumento dos procedimentos estéticos está em crescimento constante. E na área da maquiagem, tanto dos produtos quanto das técnicas, também estão em expansão, pois servem além de embelezar, como para reforçar o estilo de cada um, influenciando e melhorando a autoestima.

2.4 MAQUIAGEM: BREVE HISTÓRICO E CONTEXTOS

Conforme Dicionário Online de Português, a forma coloquial da palavra maquiagem emprega-se como *Maquilagem*. O conceito é a ação ou efeito de maquilar algo ou alguém através da utilização de cosméticos utilizados na maquilagem.

Para Nery (1997), palavra *maquiagem* deriva-se do termo francês '*Maquillage*', o qual possui como conceito o ato de pintar o rosto. O termo maquiagem em inglês apresenta-se como *Make-up*, que nos traz a verdadeira finalidade da mesma, a qual é realçar a beleza da imagem pessoal. Este termo popularizou-se graças ao pai da maquiagem, o famoso Max Factor conforme a figura 2.

Figura 2 *Max Factor, conhecido como o pai da maquiagem*

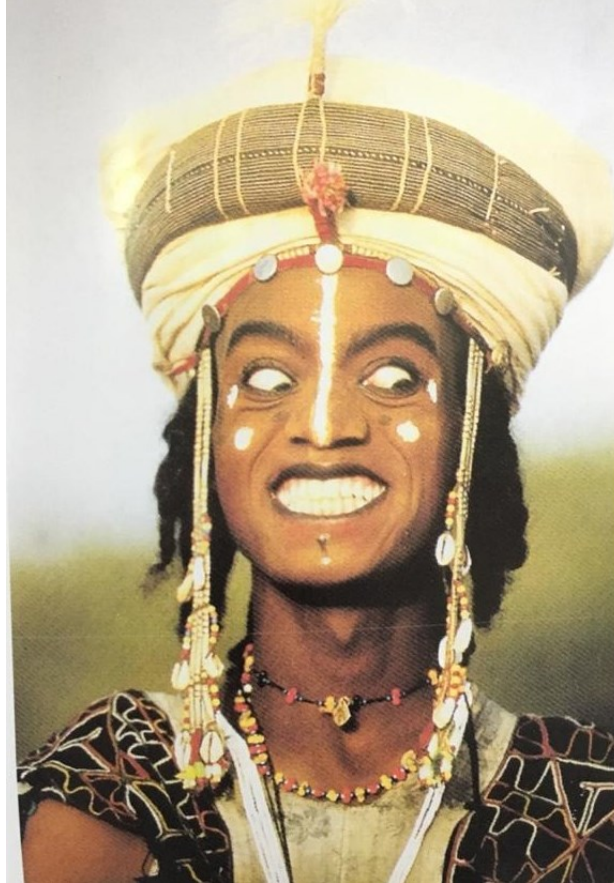


Fonte: <https://www.pausaparafeminices.com/tag/max-factor/>

Conforme Torquatto (2011), a maquiagem ao longo do tempo foi utilizada em diversas civilizações, seja em atividades que envolve o sagrado, como para cura, festividades, guerras, sedução e para distinção de uma tribo da outra.

A imagem na figura 3 a seguir, retrata um jovem guerreiro Wodaabe da Nigéria/África, preparado para o concurso do festival Yaake, afim de ser escolhido pelas mulheres juízas da sua tribo. A maquiagem, caretas, adornos, danças e características físicas são estratégias de sedução. As cores usadas na maquiagem têm significado, por exemplo o vermelho, significa o sangue e a violência; o amarelo para destacar detalhes no rosto, considerada a cor da transformação e o preto usados como batom e para expressão dos olhos, representa a morte (VITA, 2009; BBC News Brasil, 2011).

Figura 3 *Guerreiro Wodaabe da Nigéria/África,*



Fonte: VITA, (2009, p. 97)

Tecer uma linha do tempo é interessante para observarmos como a maquiagem fez parte da cultura de várias sociedades.

Vita (2009) e Hernandez (2017) destacam fatos na seguinte linha do tempo da história da maquiagem (quadro 2)

Quadro 2 - Linha do tempo da maquiagem

PERÍODO	CONTEXTO
Pré história 33.000 a.c	Utilizava-se pigmentos minerais (como o ocre) misturados com gordura para fim de proteção solar ou climas extremos. Na cultura aborígene, as pinturas corporais eram utilizadas em rituais de dança.
Antigo Egito 5.000 a.c	Como meio de embelezamento, a maquiagem surgiu com a Cleópatra e seus olhos delineados chamativos, deu-se então a fama ao Kohl, que era carvão misturado com óleo ou gordura animal. Além de destacar as pálpebras com um pó verde a base de Malaquita, e nos lábios eram aplicados um pigmento na cor de carmim, extraído do inseto Cochonilha e na face utilizava-se pó marrom derivado da argila.
Grécia 1.550 a.c	O Kohl, foi substituído por um produto a base de açafrão, cortiça queimada e fuligem. As bochechas eram coradas com amoras esmagadas ou cinábrio. A maquiagem começa a ter metais como chumbo e mercúrio, e passam a ser tóxicos, provocando envelhecimento precoce.
Roma Antiga 129 a.c	Era comum banho de leite de jumenta com o intuito de clarear a pele, utilizava-se então, máscaras durante a noite para melhorar e clarear a cutis, a mesma era um papa feita de miolo de pão, leite de jumenta e farinha de fava.
Vikings 950 d.c	Os Vikings em seus navios, levaram os aromáticos do mundo árabe para Europa.
Idade Média	Abominam o uso de maquiagem por influência religiosa, as mulheres que utilizavam maquiagem eram consideradas como se fossem contra sua religião e intituladas como sendo bruxas. O uso de maquiagem retornou a partir do século XV, com a Itália e França fabricando com força os produtos de embelezamento.
Século XV-XVI	Homens e mulheres utilizavam pó branco em toda face, esse pó podia ser argila, gesso ou pó de arroz, bochechas eram bem coradas e nos lábios utilizavam a cor de carmim.
Século XVII-XVIII	Época de quando as gueixas uniformizavam o tom de pele do rosto para se assimilarem com as bonecas de porcelana. A maquiagem era feita com um pó branco e espesso e a boca vermelha com um formato de coração.
1910	A maquiagem passou a ser má vista, apenas quem utilizava eram pessoas com uma péssima reputação na época, como prostitutas. Porém, discretamente as mulheres mais bem sucedidas se maquiavam com pós muito claros e passavam cremes. A pele clara era um sinal de nobreza.
1920	Maquiagem ficou popular com olhos marcados por lápis preto, os lábios vermelhos, sobrancelhas bem delineadas e pele bem clara era o novo símbolo de beleza.
1930	Sobrancelhas sem nenhum pelo e redesenhadas com um lápis fino, cílios pintados e lábios vermelhos eram a principal característica do belo da época.
1940	Período de baixa na produção de produtos e foco na fabricação bélica por conta da guerra, a maquiagem foi improvisada, um exemplo foi o uso de graxa de sapato para realçar os cílios.

1950	Sombras claras nos olhos, o uso do delineador “gatinho”, máscara de cílios, lápis para sobrancelhas e pó compacto. Lábios bem desenhados com cores suaves.
1960	Sombras metalizadas e coloridas, côncavo dos olhos mais marcados, delineador e cílios postiços conquistam o destaque para o rosto. Cílios inferiores eram desenhados, lábios com cor clara e pele bem pálida.
1970	Cores começam a ser mais utilizadas, tons de verde, azul, rosa, amarelo... O uso de máscara de cílios e delineador ficaram em segundo plano. Os lábios continuaram com cores claras, porém com uma boa camada de brilho.
1980	As tendências se dividem, as mulheres que usavam pouca maquiagem as que eram extravagantes com cores fortes, cílios alongados, máscara de cílios coloridos e batons com cores fortes.
1990	Os tons neutros ganharam destaque nesta época, cores como bege, marrom e o marfim foram campeãs. Batons em tons de nude eram os mais utilizados.
2000	Começa a ser utilizada a pele bronzada, para transmitir um ar de mais saudável.
2010	As técnicas de contorno e iluminação ganham popularidade e maquiadores começam a adotar esta técnica em seus trabalhos.

Fonte: Adaptado de VITA, (2009); SOUZA; MACHADO (2019); HERNANDEZ (2017).

Conforme Barros (2020), observa-se que na linha do tempo da cosmetologia há também uma evolução nos produtos utilizados na maquiagem, que tinha como princípio, adornos e camuflagem da pele. Com o passar do tempo tornou-se majoritariamente para realçar a beleza.

Na atualidade, podemos listar os seguintes produtos e instrumentos mais utilizados para reproduzir as técnicas de maquiagem. De acordo com MOLINOS (2004), podemos citar alguns materiais como: base, pó compacto, corretivo, blush, batom, contorno, máscara de cílios, delineador, lápis preto, sombra, lápis para sobrancelhas e além de pincéis, esponjas e outros acessórios.

Apesar de várias pesquisas apresentarem na maioria a maquiagem nas mulheres, observa-se que gradativamente os homens também estão buscando na estética e nas técnicas de maquiagem, amparo para melhorar sua aparência, e conseqüentemente elevar sua autoestima. Embora a percepção social dos homens que usam maquiagem ainda não seja positiva (HONG; CHOI, 2019).

Felerico, Hoff (2007), afirmam que a beleza não é mais exclusiva do público feminino, pois conforme a pesquisa sobre a beleza masculina, destacam que além

dos cuidados com o cabelo, unha e depilação, também estão dispostos a usar maquiagem e realizar algum procedimento estético, tanto para realçar a beleza, quanto para retardar o envelhecimento.

Muitas das técnicas de maquiagem a serem utilizadas no público masculino são universais, pois o que importa são os realces do rosto, conforme as características físicas. Porém, segundo Hong, Choi (2019) constataram que algumas etapas da maquiagem masculina podem tornar os homens atraentes, como a maquiagem das sobrancelhas. Porém, a confirmação desta afirmativa requer mais pesquisas nesta temática.

3 METODOLOGIA

3.1 CARACTERÍSTICAS DA PESQUISA

A presente pesquisa se classifica metodologicamente nas abordagens exploratória, quantitativa e qualitativa. Segundo GIL (2002), a pesquisa exploratória se absorve de levantamento bibliográfico, entrevistas e análise dos resultados. A pesquisa quantitativa se caracteriza em usar dados numéricos, que servirão para qualificar os resultados (SOUZA *et al.*, 2007). E Marconi, Lakatos (2010) descrevem que a pesquisa qualitativa se baseia na análise e interpretação detalhada dos resultados obtidos, conforme os objetivos propostos.

3.2 CARACTERÍSTICA DOS PARTICIPANTES

A pesquisadora selecionou 6 participantes (também será utilizado os termos “modelos” ou “voluntários” por questões textuais) masculinos a partir dos 18 anos de idade (em função da responsabilidade de uso de sua imagem), escolhidos na rede social Instagram da mesma (que contemplam 1771 seguidores, sendo 36,5%, masculinos predominantemente da Grande Florianópolis). A seleção dos participantes desta pesquisa foi intencional sem critério estatístico (VERGARA, 2007).

Na caracterização da autoestima dos modelos masculinos foi utilizada a escala de Rosenberg adaptada para o Brasil por HUTZ (2000).

3.2.1 Critérios de inclusão e exclusão

Para este estudo foram selecionados os seguintes critérios:

- a) Não possuir hábito de se auto maquiar;
- b) Estar disposto a autorizar dados relacionados a sua autoimagem;
- c) Ter disponibilidade em fazer parte da pesquisa no atendimento proposto pela pesquisadora;
- d) Responder a todos os questionamentos, desconsiderando o desconforto que possa ser gerado em função de algum déficit físico ou cognitivo;

- e) Assinar o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), antes do início das coletas.

3.3 INSTRUMENTOS DE COLETA DE DADOS

Com intuito de atingir os objetivos específicos, tem-se os seguintes métodos conforme o quadro a seguir.

Quadro 3 - Objetivos específicos e métodos

Objetivos Específicos	Métodos
Caracterizar os dados pessoais e de saúde do grupo amostral	Preenchimento da ficha de anamnese (adaptada para maquiagem);
Caracterizar o fototipo de pele	Uso da Escala de Fitzpatrick
Caracterizar a percepção da autoestima anterior ao procedimento	Aplicação da Escala de Rosenberg
Aplicar a maquiagem	Técnicas de camuflagem e harmonização de tonalidade da pele
Analisar a percepção da autoestima após aplicação da técnica maquiagem	Aplicação da Escala de Rosenberg
Classificar satisfação dos resultados e atendimento	Preenchimento da Ficha de Satisfação Patient acceptable Symptom Scale (PASS)

Fonte: Autora (2021)

Nos itens seguintes serão explicados cada método, assim como todos os outros procedimentos desenvolvidos na pesquisa.

3.3.1 Ficha de Avaliação Anamnese

Foi utilizada uma ficha de avaliação anamnese adaptada pela pesquisadora e validada pelos professores do curso da área de visagismo e da maquiagem, com o propósito de identificar o sujeito através de: dados pessoais (nome, idade, cpf, e-mail, telefone), uso de lentes de contato, dados de saúde (afim de evitar alergias a

algum componente produtos), se já realizou algum tratamento de pele anteriormente (exemplo: ácidos/peelings), se utiliza lâmina de barbear, características da pele conforme APÊNDICE A.

3.3.2 Registros Fotográficos

Houve registros de imagens em dois encontros propostos pela pesquisadora, com o intuito de apresentar o antes e depois do grupo voluntário, afim de ilustrar o resultado dos participantes desta pesquisa.

Tais registros foram realizados antes e após a sessão de aplicação das técnicas de maquiagem com o modelo em posição frontal para a câmera com a distância de aproximadamente 1,5m (distância entre face – câmera).

Todas as imagens foram autorizadas pelo grupo voluntário, assim como todas as fotos são de responsabilidade da pesquisadora.

3.3.3 Escala de FITZPATRICK

A escala de Fitzpatrick, é um instrumento para a avaliação subjetiva do histórico de bronzeamento, tal situação pode causar variações nos resultados da avaliação. Os autores ainda mencionam “É importante conhecer a confiabilidade desta escala, a estabilidade da concordância na observação feita por um mesmo indivíduo e o comportamento na observação feita por dois indivíduos diferentes” (SÁNCHEZ; NOVA, 2008, p. 545). Fitzpatrick (1975) *apud* SÁNCHEZ; NOVA (2008), propôs uma classificação baseada em uma entrevista pessoal explorando a história de queimaduras solares e a capacidade de um indivíduo bronzear-se, buscando uma estimativa aproximada da tolerância da pele à luz ultravioleta. A utilização da escala de Fitzpatrick atua em uma classificação em 6 tipos de pele, classificando-as em fototipos I, II, III, IV, V e VI.

3.3.4 Escala de Rosenberg

A autoestima, conforme Bednar, Peterson (1995) reflete na forma como as pessoas se aceitam. E esta pode ser mensurada por meio da Escala de Autoestima de Rosenberg (Rosenberg, 1965), descrita como um instrumento unidimensional

capaz de classificar o nível de autoestima em baixo, médio e alto. A baixa autoestima se expressa pelo sentimento de incompetência. No Brasil, foi adaptada por Hutz (2000).

Conforme HUTZ (2011),

[...] esta é uma medida unidimensional constituída por dez questões relacionadas a um conjunto de sentimentos de autoestima e auto aceitação que avalia a autoestima global. Os itens são respondidos em uma escala tipo Likert de quatro pontos variando entre concordo totalmente, concordo, discordo e discordo totalmente.

A Escala de Autoestima de Rosenberg será mensurada a partir das respostas a dez afirmativas, sendo que as cinco primeiras possuem aspectos positivos e as demais apresentam características negativas. Suas respostas para cada item estão classificadas como: “Concordo Plenamente”, “Concordo”, “Discordo” e “Discordo Totalmente”. As respostas das afirmações de 1 a 5, terão um valor decrescente de 4 a 1. E as de números 6 a 10, terão valor crescente de 1 a 4 (JORDAN, 2018), (ROBINS *et.al.*, 2001).

Conforme o resultado da somatória apresentada no teste de autoestima idealizado por Rosenberg (1965), a interpretação apresenta 3 possíveis resultados: se a pontuação final for entre 30 a 40 pontos, pode-se caracterizar que a autoestima do indivíduo é alta, caso a soma apresentar 26 a 29 pontos, a autoestima pode ser avaliada como média, já se a totalização de pontos inferior de 25, a autoestima do participante pode ser rotulada como baixa.

3.3.5 Ficha de Satisfação

Ficha de Satisfação Patient acceptable Symptom Scale (PASS), é uma escala análogo-visual que avalia, por meio de uma única questão dicotômica (de 0 até 10, onde 0 é insatisfação inexistente e 10 é satisfação completa), a satisfação do paciente em relação ao estado atual de saúde.

Esta escala já foi utilizada em pacientes com dores crônicas sendo considerado um instrumento válido para verificar satisfação quanto a terapêutica utilizada (TUBACH et al., 2006). Também foi validado para pacientes brasileiros com fibromialgia (WENCESLAU, 2016).

3.4 PROCEDIMENTOS DE COLETAS

Para dar início aos atendimentos desta pesquisa, foi efetuado o contato via rede social Instagram da autora. Foram selecionados 6 participantes a partir de um recurso denominado “Stories” na plataforma Instagram que fica publicado por 24 horas.

Durante a seleção dos participantes, foi aplicado o critério de exclusão de não obter o hábito de se auto maquiar (para não interferir nos resultados da pesquisa), não ter qualquer impedimento para comparecer a todos os atendimentos e não ser menor de idade.

Os atendimentos do estudo realizaram-se nas dependências do Studio Gabriela Dutra Beauty, localizado no centro de Florianópolis. Foram dois encontros para cada participante, sendo que o primeiro tinha o intuito de apresentar o objetivo do projeto, coleta de dados, registro fotográfico e assinatura dos documentos de autorização do uso de dados e imagens. Desta forma, os modelos após serem informados, participariam somente deste estudo, caso formalizassem seu aceite por meio do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE). O segundo atendimento foi a realização da prática.

No primeiro dia, foram recolhidos os dados e assinaturas de todos os documentos solicitados. Em seguida, a pesquisadora realizou registros fotográficos, do voluntário na posição ortostática de vista frontal, com fundo branco e distância entre face - câmera, de 1,50m. Tal registro foi realizado com um smartphone da Apple, Iphone 7 com o zoom ativado em até 50% da capacidade máxima dele.

3.4.1 Primeira Autoanálise

Solicitou-se que os participantes deveriam mirar-se ao espelho para responder as afirmativas presentes na Escala de Rosenberg, com o intuito de avaliar sua autoestima, anterior ao procedimento das técnicas de maquiagem. Também foi solicitado que não considerasse aspectos emocionais, tais como tristeza, depressão, problemas financeiros entre outros, para que não interferisse na percepção física de sua imagem facial.

Após a finalização do questionário, os modelos foram solicitados a retornar depois de 3 dias para finalizar a pesquisa.

No segundo e último encontro, o modelo recebeu o procedimento de maquiagem. A técnica de maquiagem utilizada foi padrão para todos os participantes, a qual caracteriza-se como camuflagem de imperfeições e harmonização dos tons de pele.

3.4.2 Higienização da pele

Os materiais utilizados para higienização foram água micelar da Catherine Hill Professional, Tônico Neutro facial da Deisy Perozzo, primer hidratante Hydraprimer da Bruna Tavares. A pesquisadora iniciou o atendimento com a higienização da pele, utilizando um disco de algodão embebido em água micelar, para suavizar e purificar a pele. Em seguida foi aplicado um tônico neutro para equilibrar o PH da pele e potencializar a hidratação. Após a higienização, a pele foi preparada com um primer hidratante antes de iniciar o procedimento de maquiagem.

3.4.3 Camuflagem e harmonização dos tons de pele

A técnica de camuflagem e harmonização dos tons de pele, conforme Molinos (2004) é a utilização de cosméticos que irão corrigir sinais indesejáveis na pele como olheiras, cicatrizes, machucados, manchas, vermelhidão, cansaço e outros desconfortos existentes no rosto. Assim como realce de traços ou aspectos da face que beneficiam a autoimagem.

Os materiais a serem utilizados são: Base BT Skin Bruna Tavares, base Chill Catherine Hill, corretivo Instant Age Rewind Eraser da Maybelline New York, paleta de corretivos da Catherine Hill professional Four concealer para pele clara e escura, pó translucido Fix HD powder da Vizzela, base em pó da Mary Kay na cor Beige 2, bastão para contorno facial AT PLAY da Mary Kay nas cores Get Esculpted 1 e 2, paleta de sombras para sobrancelhas da Ruby Rose e contorno em pó da Mary Kay na cor Copper Glow.

3.4.4 Segunda autoanálise

Assim que finalizada a aplicação das técnicas de maquiagem, o participante foi colocado na mesma posição no primeiro encontro para os registros fotográficos apenas para a pesquisadora ilustrar o presente trabalho.

Em seguida, foi solicitado que o participante realizasse uma autoanálise com seu reflexo em um espelho, semelhante a que ele havia realizado no primeiro encontro, e respondesse o questionário sobre autoestima.

Finalizando o questionário, a pesquisadora entregou outro documento para que o participante respondesse sobre a satisfação do atendimento, tal resultado encontra-se no Gráfico 2.

Concluindo o preenchimento da ficha de satisfação, o participante foi dispensado, finalizando os atendimentos do estudo.

Recolhendo todos os questionários, a pesquisadora realizou a somatória total de antes e após os atendimentos, para verificar se houve eficácia em seu estudo. Os presentes resultados encontram-se no Gráfico 1.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Na apresentação dos resultados dessa pesquisa, o participante está protegido pela Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018 refere-se à sobre proteção de dados (LGPD), sendo que os dados pessoais sensíveis dos participantes serão respeitados, não revelados, tendo como base assinatura na ficha de avaliação. Para tal a caracterização do participante desta pesquisa será nomeado a partir das suas iniciais.

A análise do grupo amostral, composto por seis indivíduos do gênero masculino, que doravante serão citados como J.N.S., A.A.B., G.H.N., R.C.S., G.S.F., E.S, será descrita individualmente.

4.1 PARTICIPANTE 1 - J.N.S, 26 ANOS

Participante 1, J.N.S, 26 anos, não possui alergias, não utiliza lentes de contato, não realizou nenhum tratamento de pele anterior ao procedimento, utiliza lâmina de barbear, havia marcas de acne na região frontal da face, hiperchromia periorbital, possui pele mista para normal, hidratada, fototipo III e apresenta uma cicatriz interna na pálpebra direita. (Figura 4a)

Analisando o resultado da escala de Rosenberg de J.N.S, observou-se que nas afirmativas positivas (de 1 a 5) não havia nenhuma concordância total sobre as mesmas, no entanto houve total discordância na afirmativa de número 5 que menciona “Em geral, estou satisfeito comigo mesmo;” Nas demais afirmações positivas o participante apenas concorda na afirmativa 2, que afirma “Estou convencido de que tenho boas qualidades;” e na 3, “Sou capaz de fazer as coisas tão bem quanto a maioria das pessoas;” e discorda nas de número 1 “Sinto que sou uma pessoa digna de apreciação, pelo menos tanto quanto as demais;” e na 4 “Tenho uma atitude positiva em relação a mim mesmo”.

Já as negativas (de 6 a 10), houve concordância total na afirmação de número 8 que afirma “Gostaria de sentir mais respeito por mim mesmo;”, em contrapartida não há nenhuma discordância total nas demais, porém nos números 6 “Sinto que não tenho muito do que me orgulhar;” e 7 “Em geral, me inclino a pensar que sou um fracasso;” foram concordadas, assim como nos números 9 “Há momentos em que

me sinto inútil;” e 10 “Às vezes acho que não sou uma boa pessoa.” foram discordadas.

Portanto, a somatória da mesma apresentou o total de 22 pontos, resultando em uma baixa autoestima.

No segundo encontro, o atendimento foi realizado da seguinte maneira: a pele do participante foi higienizada com um disco de algodão embebido em água micelar da Catherine Hill Professional, em seguida foi adicionado o Tônico Neutro facial da Deisy Perozzo, em seguida o primer hidratante Hydraprimer da Bruna Tavares, e iniciou-se a etapa de camuflagem. A mesma deu-se início com corretivo Instant Age Rewind Eraser da Maybelline New York na cor Light, logo em seguida a base BT Skin Bruna Tavares na cor F60, paleta de corretivos da Catherine Hill professional Four concealer para pele clara, pó translucido Fix HD powder da Vizzela, bastão para contorno facial AT PLAY da Mary Kay na cor Get Esculpted 1, paleta de sombras para sobrancelhas da Ruby Rose e contorno em pó da Mary Kay na cor Copper Glow. (Figura 4b)

Após a aplicação da maquiagem, o participante realizou novamente a sua autoanálise no espelho enquanto preenchia a escala de Rosenberg.

Notou-se que houve mudança em suas decisões de autoestima, pois nas afirmativas positivas (de 1 a 5), nos números 1 “Sinto que sou uma pessoa digna de apreciação, pelo menos tanto quanto as demais;”, 2 “Estou convencido de que tenho boas qualidades;”, 3 “Sou capaz de fazer as coisas tão bem quanto a maioria das pessoas;” e 4 “Tenho uma atitude positiva em relação a mim mesmo” foram concordadas totalmente, enquanto a afirmativa 5 “Em geral, estou satisfeito comigo mesmo;” o voluntário apenas concorda. Portanto a grande mudança é nítida nas negativas (de 6 a 10) também pois nas afirmativas 6 “Sinto que não tenho muito do que me orgulhar;”, 7 “Em geral, me inclino a pensar que sou um fracasso;”, 9 “Há momentos em que penso que sou inútil;” e 10 “Às vezes acho que não sou uma boa pessoa” foram totalmente discordadas, enquanto apenas o número 8 “Gostaria de sentir mais respeito por mim mesmo;” foi discordado.

A somatória da mesma totalizou em 38 pontos, que conforme a idealização de Rosenberg (1965), é resultado de uma alta autoestima.

Figura 4 - Participante J.N.S., 26 anos



Autoria: Autora, 2021.

Após finalizado o atendimento, a pesquisadora realizou um diálogo descontraído com o modelo no qual levantou a seguinte questão: “Você gostou do resultado?”, o participante J.N.S., afirmou dizendo que poderia acrescentar mais técnicas de maquiagem e até mencionou em delineador como produto estratégia nos olhos para realçar ainda mais o olhar. A pesquisadora concordou, porém, defendeu a técnica escolhida neste projeto argumentando o fato de que aquela maquiagem pode ser utilizada como o primeiro passo para um leque de opções.

4.2 PARTICIPANTE 2 – A.A.B, 27 ANOS

O segundo participante, A.A.B, 27 anos, não possui alergia, apresenta pele oleosa, hidratada e resistente, fototipo III, não utiliza lentes de contato, faz uso de lâmina de barbear e apresenta uma leve lesão cutânea na região óssea do nariz, causada pelo uso de máscara PFF2, a qual o mesmo relata se incomodar. (Figura 5a).

Conferindo a somatória da escala de autoestima do participante, notou-se que, nas afirmativas positivas (de 1 a 5) a afirmação 2, descreve “Estou convencido de que tenho boas qualidades” o participante concordou plenamente, no entanto, nas afirmativas 1 “Sinto que sou uma pessoa digna de apreciação, pelo menos tanto quanto as demais;”, 4 “Tenho uma atitude positiva em relação a mim mesmo” e 5

“Em geral, estou satisfeito comigo mesmo;” apenas concordou, enquanto a 3 “Sou capaz de fazer as coisas tão bem quanto a maioria das pessoas;” discordou.

Já nas afirmações negativas (de 6 a 10) nos números 6 “Sinto que não tenho muito do que me orgulhar;” e 8 “Gostaria de sentir mais respeito por mim mesmo;”, o modelo apenas concorda. Em contrapartida, na afirmativa 7 “Em geral, me inclino a pensar que sou um fracasso” há discordância e nas de número 9 “Há momentos em que penso que sou inútil” e 10 “Às vezes acho que não sou uma boa pessoa” foram discordadas totalmente.

Assim sendo, sua somatória apresentando um total de 30 pontos, a qual caracteriza-se por Rosenberg (1965) em uma alta autoestima.

Para o segundo encontro, o atendimento foi realizado da seguinte maneira: a pele do participante foi higienizada com um disco de algodão embebido em água micelar da Catherine Hill Professional, em seguida foi adicionado o Tônico Neutro facial da Deisy Perozzo, em seguida o primer hidratante Hydraprimer da Bruna Tavares, e iniciou-se a etapa de camuflagem. A mesma deu-se início com corretivo Instant Age Rewind Eraser da Maybelline New York na cor Light, logo em seguida a base BT Skin Bruna Tavares na cor F60, paleta de corretivos da Catherine Hill professional Four concealer para pele clara, bastão para contorno facial AT PLAY da Mary Kay na cor Get Esculpted 1, pó translucido Fix HD powder da Vizzela, paleta de sombras para sobrancelhas da Ruby Rose e contorno em pó da Mary Kay na cor Copper Glow. (Figura 5b)

Após a aplicação da maquiagem, o participante realizou novamente a sua autoanálise no espelho enquanto preenchia a escala de Rosenberg.

Percebeu-se que após a análise da ficha posterior ao procedimento de maquiagem, apenas algumas das decisões nas respostas sofreram alterações. As afirmativas 1, 2, 5, 7, 8 e 10 mantiveram a mesma resposta, já a 3 “Sou capaz de fazer as coisas tão bem quanto a maioria das pessoas” passou a ser concordada, a 4 “Tenho uma atitude positiva em relação a mim mesmo” foi concordada totalmente e as 6 “Sinto que não tenho muito do que me orgulhar;” e 9 “Há momentos em que penso que sou inútil;” foram discordadas.

Sendo assim, a somatória final desta etapa totalizou em 32 pontos, elevando ainda mais a autoestima que já havia sido classificada como alta.

FIGURA 5 - PARTICIPANTE A.A.B., 27 ANOS.



Autoria: Autora, 2021

Assim que finalizado o atendimento, foi possível notar que ao levantar-se da cadeira onde realizou-se o procedimento, o modelo relatou que se sentiu muito bem e ainda destacou a seguinte frase “Parece até que deu um “glow” “no sentido de estar se sentindo mais vibrante e bem consigo mesmo.

4.3 PARTICIPANTE 3 – G.H.N, 23 ANOS

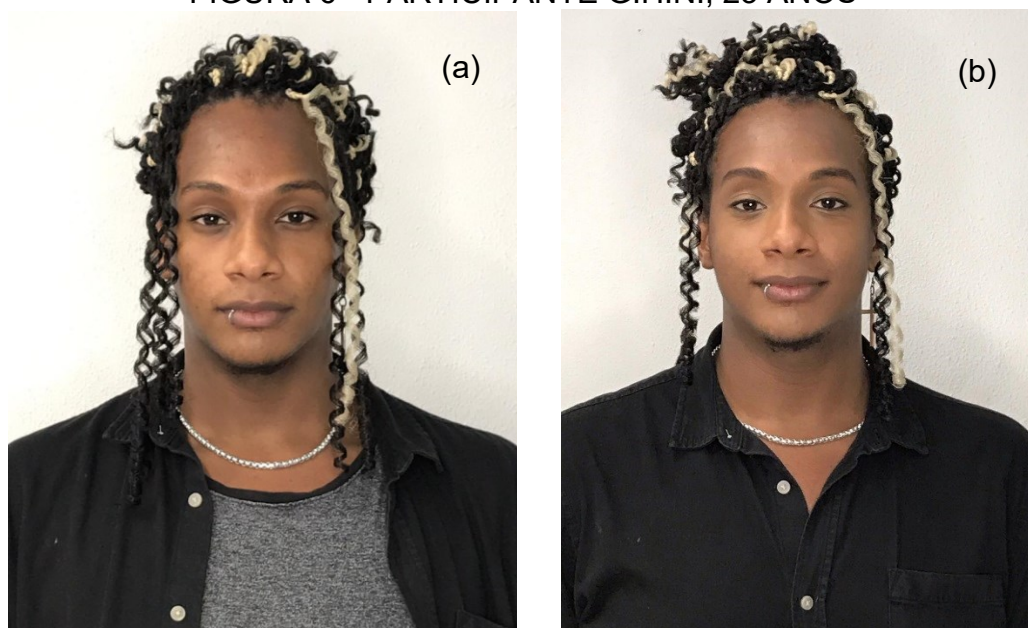
O terceiro participante, G.H.N, 23 anos, não é alérgico, utiliza lentes de contato coloridas sem grau (somente em ocasiões especiais), possui pele oleosa, resistente e hidratada, possui fototipo V, apresenta acne, hiperpigmentação periorbital e hiperpigmentação pós inflamatórias e utiliza lâmina de barbear. (Figura 6a)

Após finalizar a análise das duas escalas do participante, observou-se que as respostas obtidas tanto na primeira ficha quanto na segunda, são totalmente idênticas, sendo que nas afirmativas 1 “Sinto que sou uma pessoa digna de apreciação, pelo menos tanto quanto as demais;”, 2 “Estou convencido de que tenho boas qualidades”, 3 “Sou capaz de fazer as coisas tão bem quanto a maioria das pessoas;”, 4 “Tenho uma atitude positiva em relação a mim mesmo” e 5 “Em geral, estou satisfeito comigo mesmo;” foi totalmente concordado e nas demais 6 “Sinto que não tenho muito do que me orgulhar;”, 7 “Em geral, me inclino a pensar que sou um fracasso;”, 8 “Gostaria de sentir mais respeito por mim mesmo;”, 9 “Há momentos

em que penso que sou inútil;” e 10 “Às vezes acho que não sou uma boa pessoa” o modelo apenas discorda.

Para o segundo encontro, o atendimento foi realizado da seguinte maneira: a pele do participante foi higienizada com um disco de algodão embebido em água micelar da Catherine Hill Professional, em seguida foi adicionado o Tônico Neutro facial da Deisy Perozzo, em seguida o primer hidratante Hydraprimer da Bruna Tavares, e iniciou-se a etapa de camuflagem. A mesma deu-se início com corretivo da paleta de corretivos da Catherine Hill professional Four concealer para pele escura, logo em seguida aplicou-se a base Chill da Catharine Hill na cor 2021/6 MC06, bastão para contorno facial AT PLAY da Mary Kay na cor Get Esculpted 2, pele selada com base em pó Beige 2 da Mary Kay, paleta de sombras para sobrancelhas da Ruby Rose e contorno em pó da Mary Kay na cor Copper Glow. (Figura 6b)

FIGURA 6 - PARTICIPANTE G.H.N., 23 ANOS



Autoria: Autora, 2021

Após a aplicação da maquiagem, o participante realizou novamente a sua autoanálise no espelho enquanto preenchia a escala de Rosenberg. Observou-se que em ambas as fichas, o total da somatória fechou em 35 pontos, caracterizando-se em alta autoestima antes e após o procedimento. Neste caso, não houve alteração na autoestima com a aplicação da maquiagem, entretanto o modelo se mostrou satisfeito com o resultado.

4.4 PARTICIPANTE 4 – R.C.S., 23 ANOS

Quarto participante, R.C.S, 23 anos, não possui alergia, não realizou nenhum procedimento de pele e não utilizou lâmina de barbear anterior ao atendimento. Não utiliza lentes de contato, possui pele oleosa, hidratada, resistente e sensibilidade normal. Seu fototipo classifica-se em V, apresentando hiperpigmentação periorbital e pequenas hiperchromias em torno da face. (Figura 7a)

Conferindo a somatória da escala de Rosenberg, em seu primeiro atendimento, notou-se que as respostas para as afirmativas de 1 a 5, sendo elas 1 “Sinto que sou uma pessoa digna de apreciação, pelo menos tanto quanto as demais”, 2 “Estou convencido de que tenho boas qualidades”, 3 “Sou capaz de fazer as coisas tão bem quanto a maioria das pessoas”, 4 “Tenho uma atitude positiva em relação a mim mesmo” e 5 “Em geral, estou satisfeito comigo mesmo” foram concordadas plenamente.

Já na afirmativa de número 6 “Sinto que não tenho muito do que me orgulhar”, apenas foi discordado, enquanto nas demais 7 “Em geral, me inclino a pensar que sou um fracasso”, 8 “Gostaria de sentir mais respeito por mim mesmo”, 9 “Há momentos em que penso que sou inútil” e 10 “Às vezes acho que não sou uma boa pessoa” o participante discorda totalmente.

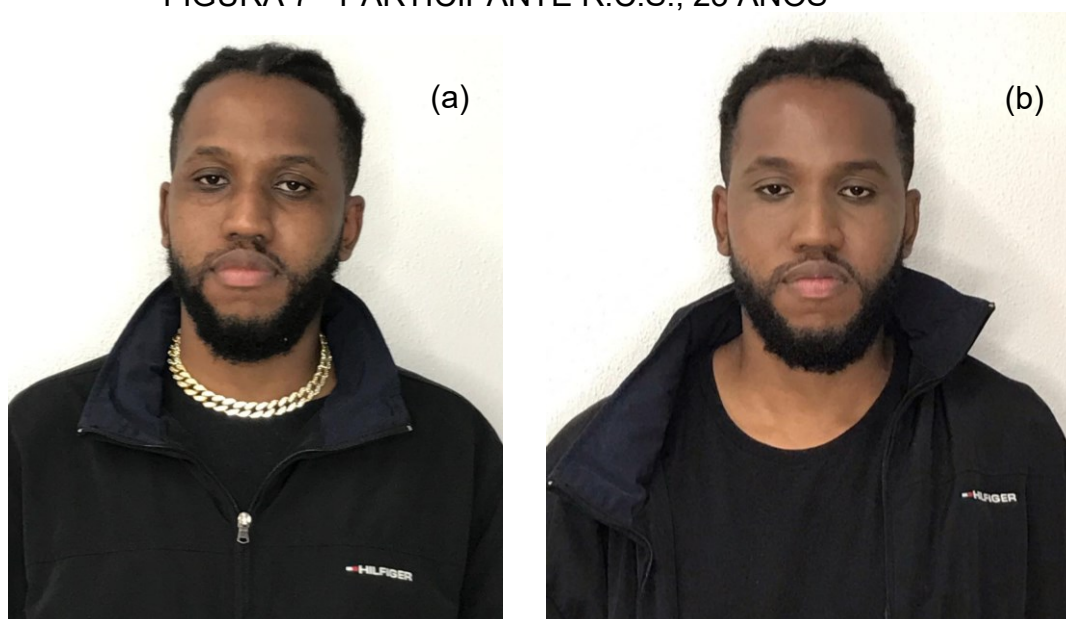
Sendo assim, a somatória chegou em 36 pontos classificando, conforme Rosenberg (1965), em alta autoestima.

Para o segundo e último encontro, o atendimento foi realizado da seguinte maneira: a pele do participante foi higienizada com um disco de algodão embebido em água micelar da Catherine Hill Professional, em seguida foi adicionado o Tônico Neutro facial da Deisy Perozzo, em seguida o primer hidratante Hydraprimer da Bruna Tavares, e iniciou-se a etapa de camuflagem. A mesma deu-se início com corretivo da paleta de corretivos da Catherine Hill professional Four concelear para pele escura, logo em seguida aplicou-se a base Chill da Catharine Hill na cor 2021/6 MC06, bastão para contorno facial AT PLAY da Mary Kay na cor Get Esculpted 2, pele selada com base em pó Beige 2 da Mary Kay, paleta de sombras para sobrancelhas da Ruby Rose e contorno em pó da Mary Kay na cor Copper Glow. (Figura 7b)

Em seguida, o participante realizou novamente a sua autoanálise no espelho enquanto preenchia a escala de Rosenberg e observou que apenas uma afirmativa sofreu alteração.

Nos números de 1 a 5, (1 “Sinto que sou uma pessoa digna de apreciação, pelo menos tanto quanto as demais”, 2 “Estou convencido de que tenho boas qualidades”, 3 “Sou capaz de fazer as coisas tão bem quanto a maioria das pessoas”, 4 “Tenho uma atitude positiva em relação a mim mesmo” e 5 “Em geral, estou satisfeito comigo mesmo”) foram concordadas plenamente. Enquanto nas demais 6 a 10 (6 “Sinto que não tenho muito do que me orgulhar”, 7 “Em geral, me inclino a pensar que sou um fracasso”, 8 “Gostaria de sentir mais respeito por mim mesmo”, 9 “Há momentos em que penso que sou inútil” e 10 “Às vezes acho que não sou uma boa pessoa”) foram discordadas totalmente.

FIGURA 7 - PARTICIPANTE R.C.S., 23 ANOS



Autoria: Autora, 2021

A somatória final resultou em uma nota máxima de 40 pontos, considerando em uma melhora em sua autoestima após a utilização da maquiagem.

4.5 PARTICIPANTE 5 – G.S.F., 23 ANOS

Participante 5, G.S.F, 23 anos, não possui alergias, não utiliza lentes de contato e nem faz uso de lâmina de barbear. Realiza tratamento para acne com

dermatologista, possui pele oleosa, fototipo V, hidratada, resistente e sensibilidade normal. Apresenta uma cicatriz em sua região frontal, possui pele acneica e hiperpigmentação pós inflamatória. (Figura 8a)

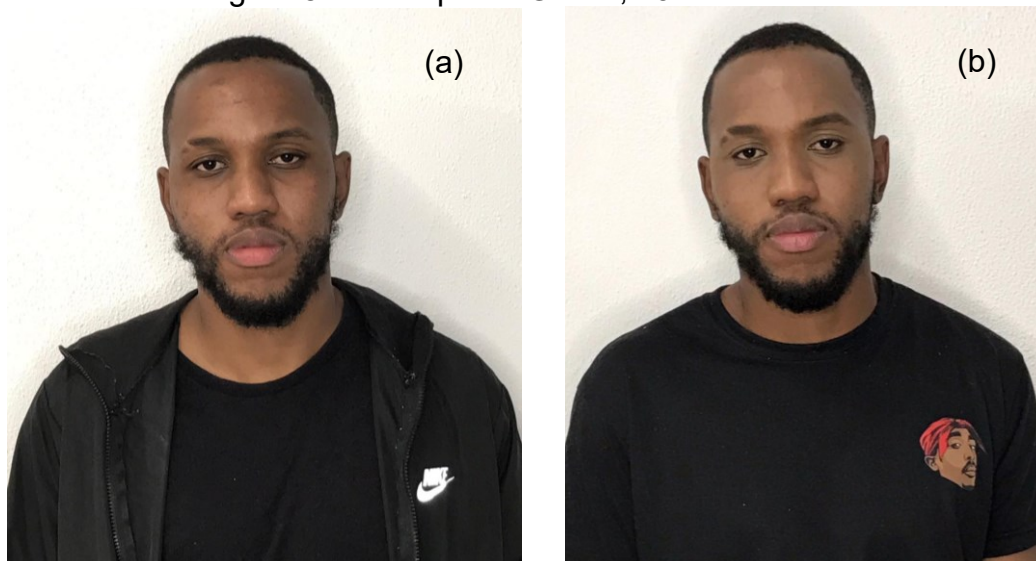
Dando início a pesquisa, o modelo após realizar o preenchimento da escala de Rosenberg, notou-se que todas as afirmativas positivas (1 a 5) foram concordadas plenamente sendo que 1 “Sinto que sou uma pessoa digna de apreciação, pelo menos tanto quanto as demais”, 2 “Estou convencido de que tenho boas qualidades”, 3 “Sou capaz de fazer as coisas tão bem quanto a maioria das pessoas”, 4 “Tenho uma atitude positiva em relação a mim mesmo” e 5 “Em geral, estou satisfeito comigo mesmo”.

Já nas afirmativas negativas (6 a 10), os números 6 “Sinto que não tenho muito do que me orgulhar”, 8 “Gostaria de sentir mais respeito por mim mesmo” e 10 “Às vezes acho que não sou uma boa pessoa” foram discordados. O número 7 “Em geral, me inclino a pensar que sou um fracasso” foi discordado totalmente enquanto o número 9 “Há momentos em que penso que sou inútil” foi concordado.

Portanto, a somatória de sua escala inicial foi de 35 pontos, classificando-se em alta autoestima.

Em seu segundo encontro, o atendimento foi realizado da seguinte maneira: a pele do participante foi higienizada com um disco de algodão embebido em água micelar da Catherine Hill Professional, em seguida foi adicionado o Tônico Neutro facial da Deisy Perozzo, em seguida o primer hidratante Hydraprimer da Bruna Tavares, e iniciou-se a etapa de camuflagem. A mesma iniciou com corretivo da paleta de corretivos da Catherine Hill professional Four concealer para pele escura, logo em seguida aplicou-se a base Chill da Catharine Hill na cor 2021/6 MC06, bastão para contorno facial AT PLAY da Mary Kay na cor Get Esculpted 2, pele selada com base em pó Beige 2 da Mary Kay, paleta de sombras para sobrancelhas da Ruby Rose e contorno em pó da Mary Kay na cor Copper Glow. (Figura 8b)

Figura 8 - Participante G.S.F., 23 anos.



Autoria: Autora, 2021

Em seguida, o participante realizou novamente a sua autoanálise no espelho enquanto preenchia a escala de Rosenberg e notou-se uma mudança em suas afirmativas.

Nas afirmativas positivas de 1 a 5, (1 “Sinto que sou uma pessoa digna de apreciação, pelo menos tanto quanto as demais;”, 2 “Estou convencido de que tenho boas qualidades”, 3 “Sou capaz de fazer as coisas tão bem quanto a maioria das pessoas;”, 4 “Tenho uma atitude positiva em relação a mim mesmo”, 5 “Em geral, estou satisfeito comigo mesmo;”), todas foram concordadas plenamente, enquanto as negativas de 6 a 10 (6 “Sinto que não tenho muito do que me orgulhar;”, 7 “Em geral, me inclino a pensar que sou um fracasso;”, 8 “Gostaria de sentir mais respeito por mim mesmo;”, 9 “Há momentos em que penso que sou inútil;”, 10 “Às vezes acho que não sou uma boa pessoa”) foram discordadas totalmente.

No entanto, a somatória final da segunda escala, atingiu o limite máximo de 40 pontos, resultando em um aumento na autoestima do participante.

4.6 PARTICIPANTE 6 – E.S., 29 ANOS

Sexto participante, E.S., 29 anos, não possui alergia, não utiliza lentes de contato, não possui o hábito de se barbear pois faz sessões de depilação a laser na face. Possui pele de fototipo III, oleosa, hidratada e sensibilidade normal. (Figura 9a)

Dando início ao atendimento, o modelo realizou a escala de Rosenberg e observou que nas afirmativas positivas (1 a 5) de número 1 “Sinto que sou uma pessoa digna de apreciação, pelo menos tanto quanto as demais;” e 5 “Em geral, estou satisfeito comigo mesmo;” foram concordadas, já nos números 2 “Estou convencido de que tenho boas qualidades”, 3 “Sou capaz de fazer as coisas tão bem quanto a maioria das pessoas;” e 4 “Tenho uma atitude positiva em relação a mim mesmo” foram concordadas plenamente.

Portanto, nas afirmativas negativas (6 a 10), nos números 6 “Sinto que não tenho muito do que me orgulhar” e 7 “Em geral, me inclino a pensar que sou um fracasso” foram discordados totalmente, enquanto nos demais 8 “Gostaria de sentir mais respeito por mim mesmo”, 9 “Há momentos em que penso que sou inútil” e 10 “Às vezes acho que não sou uma boa pessoa” o modelo apenas discordou.

O resultado da somatória da mesma foi de 35 pontos, classificando em uma alta autoestima, de acordo com Rosenberg (1965).

Para o segundo encontro, o atendimento foi realizado da seguinte maneira: a pele do participante foi higienizada com um disco de algodão embebido em água micelar da Catherine Hill Professional, em seguida foi adicionado o Tônico Neutro facial da Deisy Perozzo, em seguida o primer hidratante Hydraprimer da Bruna Tavares, e iniciou-se a etapa de camuflagem. Iniciou com corretivo Instant Age Rewind Eraser da Maybelline New York na cor Light, logo em seguida a base BT Skin Bruna Tavares na cor F60, paleta de corretivos da Catherine Hill professional Four concealer para pele clara, bastão para contorno facial AT PLAY da Mary Kay na cor Get Esculpted 1, pó translucido Fix HD powder da Vizzela, paleta de sombras para sobrancelhas da Ruby Rose e contorno em pó da Mary Kay na cor Copper Glow. (Figura 9b).

Figura 9 - Participante E.S., 23 anos.



Autoria: Autora, 2021

Após o procedimento, o participante realizou novamente a escala de Rosenberg e ao analisar o resultado notou-se que houve uma alteração significativa em suas respostas.

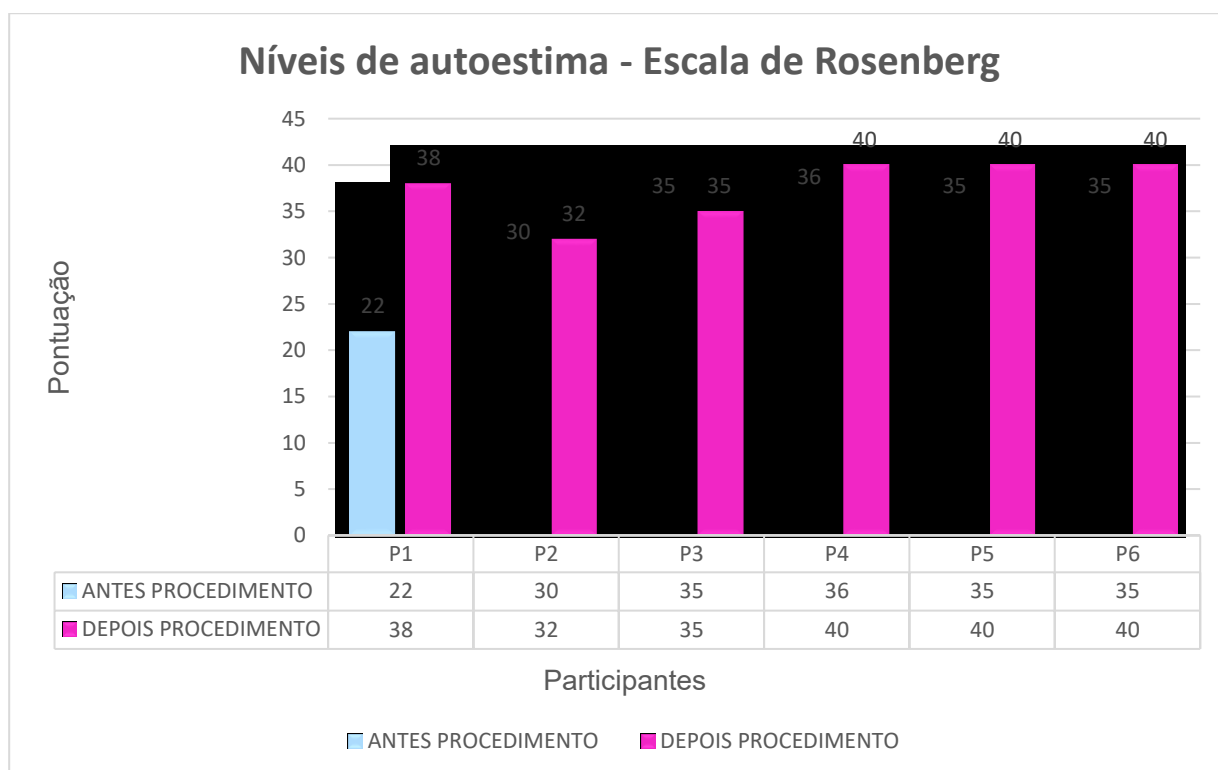
Nas afirmativas positivas de (1 a 5), 1 “Sinto que sou uma pessoa digna de apreciação, pelo menos tanto quanto as demais;”, 2 “Estou convencido de que tenho boas qualidades”, 3 “Sou capaz de fazer as coisas tão bem quanto a maioria das pessoas;”, 4 “Tenho uma atitude positiva em relação a mim mesmo” e 5 “Em geral, estou satisfeito comigo mesmo;” foram concordadas plenamente, enquanto as afirmativas negativas (6 a 10) 6 “Sinto que não tenho muito do que me orgulhar;”, 7 “Em geral, me inclino a pensar que sou um fracasso;”, 8 “Gostaria de sentir mais respeito por mim mesmo;”, 9 “Há momentos em que penso que sou inútil;” e 10 “Às vezes acho que não sou uma boa pessoa” foram discordadas totalmente.

Analisando o resultado da mesma após a aplicação da maquiagem, a somatória do mesmo atingiu o limite máximo de 40 pontos, resultando em uma autoestima alta.

4.7 ANÁLISE DOS NÍVEIS DE AUTOESTIMA DO GRUPO AMOSTRAL – ANTES E DEPOIS

Após analisar individualmente o nível de autoestima de cada voluntário, pode-se elaborar um gráfico com a pontuação total de antes e após o procedimento de maquiagem de camuflagem e harmonização de tons de pele do grupo amostral, utilizando a escala de Rosenberg, como pode ser observado no Gráfico a seguir.

Figura 10 – Gráfico Soma Total Antes E Depois Da Escala De Rosenberg



Fonte: Elaborado pela autora (2021).

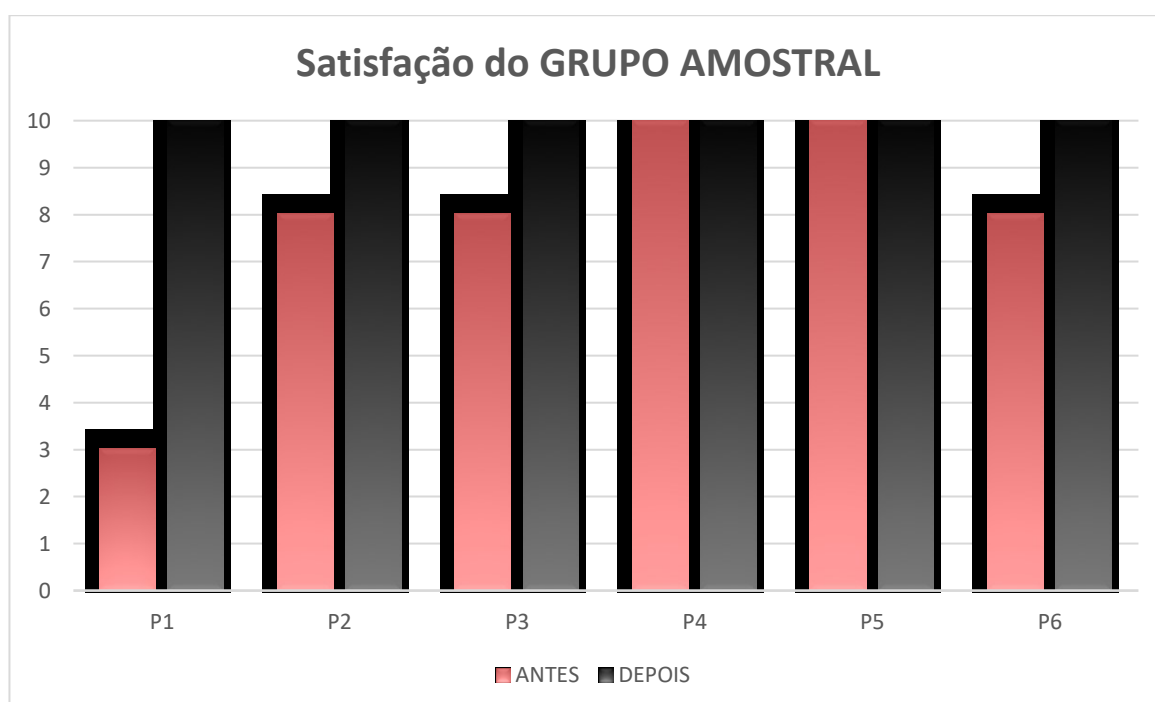
De acordo como gráfico, pode-se observar que há uma alteração significativa nas pontuações antes e após o procedimento. Porém, antes da aplicação da maquiagem, P1 apresentou baixa estima. Após o procedimento da maquiagem no grupo amostral, 99% dos resultados foram positivos, elevando a autoestima dos participantes. No entanto, notou-se que outro participante manteve a mesma pontuação antes e depois do procedimento.

4.8 SATISFAÇÃO DO GRUPO AMOSTRAL

Conforme a ficha de satisfação preenchida pelo grupo amostral, observou-se que todos ficaram totalmente satisfeitos com sua autoestima após o procedimento.

Antes e depois do atendimento, cada participante após o resultado da somatória de sua autoestima, avaliou sua situação atual diante aquele resultado, respondendo a escala de satisfação de acordo com o gráfico 11.

Gráfico 11 – Escala de Satisfação (PASS)



Fonte: Elaborado pela autora

Nota-se então, que anterior a aplicação da maquiagem, mesmo que um indivíduo tenha autoestima alta, sua satisfação visual não era 100%, (com exceção dos participantes 4 e 5). Portanto, após o atendimento, observou-se que todos ficaram totalmente satisfeitos com o efeito da maquiagem, com a pontuação mantendo-se no teto.

Acredita-se que esse resultado após o procedimento, se deu em função ao acolhimento gentil, espaço agradável, confortável, com ofertas de café e guloseimas além do procedimento ter permitido uma melhora na sua autoimagem.

Nesta pesquisa, observou-se que os participantes, após o procedimento de maquiagem, apresentaram comportamentos positivos com sua autoimagem, demonstrando também, autoconfiança e otimismo.

Segundo Hong, Choi (2019), afirma que há uma parcela de que nem todos indivíduos conseguem se beneficiar da melhor estética, pois não percebem os resultados positivos. Continuam com a autoimagem insatisfeita, mesmo diante de intervenções estéticas tecnicamente perfeitas, demonstrando que todos os procedimentos não foram suficientes, devendo buscar auxílio psicológico, sem a qual a “autoimagem desvalorizada” permanecerá na sua percepção. Fato que não ocorreu com o grupo amostral desta pesquisa.

No entanto, para sua realização, houve uma certa dificuldade em adquirir material teórico (principalmente na língua portuguesa), que abordasse o tema sobre “Maquiagem masculina”, tornando um desafio para sua realização. Dentro dos estudos adquiridos para fundamentação teórica, há uma falta de descrição na metodologia sobre as técnicas de maquiagem utilizadas nas pesquisas, além de não ter também, uma padronização de técnicas nos estudos. Até mesmo, ao adquirir modelos para a pesquisa, muitos se recusaram a participar pelo fato da palavra “Maquiagem” ser atribuída a um preconceito na sociedade, pois ainda há quem acredita que a prática de se maquiar, seja de uso exclusivo entre as mulheres.

Em contrapartida, o fato de não haver tanto material sobre este tema, faz com que esta pesquisa se enquadre em algo quase que inédito, pelo menos na língua portuguesa, possibilitando que este estudo vire referência para projetos futuros. Logo, o levantamento de dados desta pesquisa, pode ser utilizada como comprovação científica para afirmar que o uso de maquiagem pode elevar a autoestima masculina.

Deste modo, analisando os seguintes resultados, a autoestima, conforme Dutra; Pontes (2018), tem um forte aliada para sua promoção, assim como nas mulheres. Teixeira; Melo (2019) afirmam que o uso das técnicas pode promover uma melhora tanto visual quanto comportamental naqueles que a utiliza.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A temática da pesquisa contribui para suprir uma lacuna neste conhecimento, em função da escassez de referencial teórico, principalmente nas bases científicas ocidentais, observando em contrapartida, predomínio nas orientais, com destaque para Seul, capital da Coreia do Sul.

Durante a seleção dos modelos, observou-se que ainda há um preconceito na sociedade com o termo “maquiagem” para o gênero masculino, o que levou alguns convidados a recusarem participar da pesquisa.

No entanto, a imagem pessoal vem sendo valorizada, e os homens também tem percebido a necessidade de melhorar sua imagem e a transformação da sociedade. Fato que alguns voluntários de dispuseram ampliar o leque de produtos de maquiagem em seu uso diário.

Outra observação é com o design da maioria dos produtos de maquiagem por ter um apelo feminino, em detrimento do masculino. Pois muitos são com desenhos sensíveis ao consumo do gênero feminino, apesar de que várias marcas tradicionais de maquiagem estão entrando no nicho de mercado para linha de maquiagem masculina, com ofertas de bases, corretivos, lápis de olho e sobrancelha, etc.

Nas propagandas sobre maquiagem em geral, também há o predomínio de rosto de mulheres. Para busca de produtos de maquiagem para homens, tem que especificar maquiagem masculina.

A pesquisa respondeu a hipótese proposta, pois, cinco dos seis participantes tiveram sua autoestima elevada após o procedimento de maquiagem. Finalizando a pesquisa, alguns, além de sua autoestima elevada, obtiveram uma melhora em seu humor, fotografando a si mesmos afim de publicar em suas redes sociais.

Finalmente, estudos desta natureza são importantes, pois quanto mais pesquisas no campo da estética, outros argumentos positivos trarão subsídios ao aumento da autoconfiança inclusive dos homens, pois a autoestima elevada está diretamente ligada a um ser humano mais feliz e por conseguinte, mais ativo e produtivo na sociedade.

REFERÊNCIAS

- BBC News Brasil. **Mulheres escolhem amantes em concurso de beleza no Saara**. 2011. Disponível em: https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2011/02/110201_wodaabebeleza_is. Acesso em 13 jul 2021.
- BEDNAR Richard L., PETERSON Scott R. **Self-esteem**: paradoxes and innovation in clinical theory and practice. 2nd ed. Washington, D.C., EUA: American Psychological Association; 1995.
- BIRKNER, Walter Marcos Knaesel; BAZZANELLA, Sandro Luiz. **Antropologia do desenvolvimento**: relações entre cultura, política e economia. *In*: DRd – Desenvolvimento Regional em debate, ano 3, n. 2, p. 27-51, jul./dez. 2013.
- BORBA, Tamila J; THIVES, Fabiana Marin. **Uma reflexão sobre a influência da estética na autoestima, auto-motivação e bem-estar do ser humano**. Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Estética) - Universidade do Vale do Itajaí. UNIVALI, Santa Catarina, 2011. Disponível em: <http://siaibib01.univali.br/pdf/Tamila%20Josiane%20Borba.pdf>. Acesso em: 11 jul. 2021.
- BRANDEN, Nathaniel. **Auto-Estima**: como aprender a gostar de si mesmo. São Paulo: Saraiva, 2000.
- BRANDEN, Nathaniel. Los seis pilares de la autoestima: el libro definitivo sobre la autoestima por el más importabnte especilista em la materia. Barcelona, Espanha, Paidós, 1994. Disponível em: https://www.academia.edu/43308965/Kupdf_net_los_seis_pilares_de_la_autoestim_a_nathaniel_branden. Acesso em 10 de jul 2021.
- BRUM, Lucimar Filot Silva; Maravieski, Silvinha.; Bertim, Fernanda Raquel Silva Influência do visagismo e da maquiagem na autoestima de adolescentes institucionalizadas. **Revista Interdisciplinar de Estudos em Saúde**, v. 3, n. 12, 2013. Disponível em: <https://periodicos.uniarp.edu.br/index.php/ries/article/view/154>. Acesso em 09 de junho de 2021.
- DUTRA, Jéssica Krauss da Silva. **Maquiagem**: um recurso para promover a autoestima, 2018.
- GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- HERNANDEZ, Gabriela. **Classic Beauty**: The History of Makeup. 2nd Edition, Atglen, PA, Schiffer Publishing, Ltd, 2017.
- HONG, Rakkyun; CHOI. Hoon. A maquiagem torna o rosto de um homem atraente? Associação Psicológica Coreana Jornal da Associação Psicológica Coreana: Geral. **Journal of the Korean Psychological Association**: General. Vol.

38, No.4, 2019. Disponível em:

<https://www.dbpia.co.kr/journal/articleDetail?nodeId=NODE09292066>. Acesso em: 12/07/2021.

HUTZ, Claudio Simon; ZANON, Cristian. Revisão da adaptação, validação e normatização da escala de autoestima de Rosenberg: **Revision of the adaptation, validation, and normatization of the Roserberg self-esteem scale. Aval. psicol.**, Porto Alegre, v. 10, n. 1, p. 41-49, abr. 2011. Disponível em http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1677-04712011000100005&lng=pt&nrm=iso. Acessos em 19 maio 2021.

ISQUIERDO, Gislene. **Autoestima como hábito**: um guia da Psicologia Aplicada para sua autoestima e seus relacionamentos. São Paulo, Planeta, 2020. Edição do Kindle.

JORDAN, Christian. H. (2018). Rosenberg Self-esteem Scale. **Springer International Publishing**. *In*: Encyclopedia of Personality and Individual Differences (p. 1–3).

KLING, K. C., HYDE, J. S., SHOWERS, C. J., BUSWELL, B. N. Gender differences in self-esteem: A meta-analysis. *Psychological Bulletin*, 125, 470 –500, 1999.

LIRA, Ariana Galhardi; GAREN, Aline de Piano; LODI, Aline Sinhorini; ALVARENGA, Marle dos Santos. Uso de redes sociais, influência da mídia e insatisfação com a imagem corporal de adolescentes brasileiras. Rio de Janeiro, Instituto de Psiquiatria da Universidade Federal do Rio de Janeiro, **Jornal Brasileiro de Psiquiatria**, 66 (3), Jul-Sep 2017. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/jbpsiq/a/6NrPypcRchnc35RH9GLSYwK/?lang=pt&format=pdf>. Acesso em 10 jul. 2021.

MAJOR, Brenda; BARR, Leslie; ZUBEK, Josephine; BABEY, Susan H. (1999). Gender and self-esteem: A meta-analysis. *In* W. B. Swann Jr., J. H. Langlois, & L. A. Gilbert (Eds.), **Sexism and stereotypes in modern society**: The gender science of Janet Taylor Spence (p. 223–253). Washington, DC: American Psychological Association.

MALTZ, Maxwell. **Liberte sua personalidade: uma nova maneira de dar mais vida a sua vida**. 5. Edição. São Paulo, Summus Editorial, 1981.

MAQUIAGEM. **Dicionário online de português**. Porto: 7Graus, 2020. Disponível em: <https://www.dicio.com.br/maquiagem/>. Acesso em: 11 jul., 2021.

MARCONI, Marina de Andrade, LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia científica**. 5ª ed. São Paulo, Atlas, 2010.

MASLOW, A H. Uma teoria da motivação humana. **Psychological Review**, 50, (4), 1943, p. 370-96. Disponível em: <https://psychclassics.yorku.ca/Maslow/motivation.htm>. Acesso em 09 de jun. 2021.

MOLINOS, Duda. **Maquiagem**: Duda Molinos. 7. ed. São Paulo, Editora Senac São Paulo, 2004.

NERY MALU. **De cara nova**: manual de maquiagem, FTD, São Paulo, 1997

ROBINS, Richard W.; HENDIN, Holly M. & TRZESNIEWSKI, Kali H. (2001). Measuring global self-esteem: Construct validation of a single-item measure and the Rosenberg Self-Esteem Scale. **Personality and Social Psychology Bulletin**, 27(2), 151–161.

ROSENBERG, Morris. (1965). **Society and the adolescent self-image**. Princeton: Princeton University Press.

SÁNCHEZ, Guilherme, NOVA, John. Confiabilidade y reproducibilidad de la escala de fototipos de Fitzpatrick antes y después de un ejercicio de estandarización clínica. **Biomedica**, Columbia, v. 28, n. 4, p. 544-50, 2008. Disponível em: <https://revistabiomedica.org/index.php/biomedica/article/view/59>. Acesso em 9 de julho de 2021.

SBICIGO, Juliana Burges; BANDEIRA, Denise Ruschel; DELL'AGLIO, Débora Dalbosco. Escala de Autoestima de Rosenberg (EAR): validade fatorial e consistência interna. **Psico-USF** (Impr.), Itatiba, v. 15, n. 3, p. 395-403, Dec. 2010. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/psuf/a/QmW8Jr3cNCfvxW5XKMbt5jN/?lang=pt>. Acesso em 19 jun. 2021.

SOUZA, Antonio Carlos; FIALHO, Francisco Antonio Pereira; OTANI, Nilo. TCC: **Métodos e Técnicas**. Florianópolis, Visual Books, 2007.

TEIXEIRA, Francine; MELO, Vitória. **O impacto da maquiagem na autoestima de mulheres com câncer de mama**. Florianópolis, Universidade do Sul de Santa Catarina – UNISUL, 2019.

TOMMASO, Marco Antonio De. Atuação da Estética na Imagem E na Autoimagem. 2021a. Disponível em: <http://tommaso.psc.br/autoestima/>. Acesso em 10 jul. 2021.

TOMMASO, Marco Antonio De. Autoestima. Disponível em: <http://tommaso.psc.br/autoestima/>. Acesso em 10 jul 2021.

TUBACH, Florence; DOUGADOS, Maxime; FALISSARD, Bruno; BARON, Gabriel; LOGEART, Isabelle; RAVAUD, Philippe. **Feeling good rather than feeling better matters more to patients**. *Arthritis & Rheumatology*, v. 55, 2006.

TWENGE, J. M., & CAMPBELL, W. K. (2001). Age and birth cohort differences in self-esteem: A cross-temporal meta-analysis. **Personality and Social Psychology Review**, 5, 321–344.

VEIGA, Ana Paula. **A institucionalização da beleza no universo feminino**. IGT na Rede Nº 5 (www.igt.psc.br), Rio de Janeiro, v 3, n 5, ago. 2006. Disponível em: <http://igt.psc.br/ojs3/index.php/IGTnaRede/article/view/4>. Acesso em: 10 jul. 2021.

VITA, Ana Carlota Regis. **História da maquiagem, da cosmética e do penteado: em busca da perfeição**. São Paulo, Anhembi Morumbi 2009.

WARD, Rodolfo. Você sabe o que é estética? O Belo, a arte e a antropologia. **UNB Notícias**, 2020. Disponível em: <https://noticias.unb.br/artigos-main/4635-voce-sabe-o-que-e-estetica-o-belo-a-arte-e-a-antropologia-o-inicio-da-disciplina-estetica>. Acesso em 11 jul. 2021.

WEITZ, Morris. O papel da teoria na estética. Tradução: Célia Teixeira. **The Journal of Aesthetics and Art Criticism**, XV (1956), 27-35. Disponível em: <https://criticanarede.com/weitz.html>. Acesso em: 11 de jul. 2021.

WENCESLAU, Carolyn Maria de Geus. Correlação dos níveis de satisfação obtidos através do PASS (Patient Acceptable Symptom State) com os escores do FIQ revisado (the revised fibromyalgia impact questionnaire) em pacientes com fibromialgia. Mestrado em Ciências Biomédicas: Área de concentração: Fisiologia e Fisiopatologia. Universidade Estadual de Ponta Grossa, PR, 2016.

WITT, Juliana da Silveira Gonçalves Zanini, SCHNEIDER, Aline Petter. Nutrição Estética: valorização do corpo e da beleza através do cuidado nutricional. **Ciência & Saúde Coletiva**, 16(9):3909-3916, 2011. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/csc/a/5S9gmdRPLsRGhd7nyVqTRSf/?lang=pt&format=pdf>. Acesso em 11 jul. 2021.

APÊNDICE 1 – Ficha Anamnese

Nome: _____

Data de Nascimento: _____E-mail: _____Telefone: _____Endereço: _____

Alergia: () SIM () NÃO Se SIM, qual/is? _____

Já realizou algum tratamento de pele (ex.: ácidos)? () SIM () NÃO

Usa lentes de contato? () SIM () NÃO

Utiliza lâmina de barbear? () SIM () NÃO

Tipo de Pele: () Oleosa () Seca () Mista () Normal

() Sensível () Hidratada () Desidratada () Resistente

Fototipo: () I () II () III () IV () V () VICaracterísticas da pele: () Cicatriz () Acne () Rosácea() Hiperpigmentação/Hipocromia/Acromia () Vitiligo () Albinismo
() Hiperpigmentação Pós-inflamatória () Foliculite () Outra


Há algo que julgue necessário informar antes do procedimento? _____

Descrição do atendimento:

Assinatura do participante: _____

Assinatura da pesquisadora: _____ Data: _____

**APÊNDICE 2 - TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E
ESCLARECIDO**

	<p>FACULDADE SENAC FLORIANOPOLIS VINCULADA AO SENAC SAÚDE E BELEZA CURSO DE TECNOLOGIA EM ESTETICA E COSMETICA</p>
---	--

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

O/A senhor(a) está sendo convidado(a) a participar de um estudo intitulado “AUTOESTIMA MASCULINA - EFEITO DA UTILIZAÇÃO DE TÉCNICAS DE MAQUIAGEM”, o qual tem por objetivo geral Analisar o efeito que o uso de técnicas de maquiagem, compactuam na percepção da autoestima do público de gênero masculino.

O estudo será realizado pela estudante Gabriela Nascimento Dutra sob orientação do professor Msc. Renato Claudino (pesquisador principal), docente do Curso de Tecnologia em Estética e Cosmética da Faculdade Senac Florianópolis, vinculada ao Senac Saúde e Beleza.

Durante o estudo serão realizadas as seguintes intervenções: Registro fotográfico para captação de material antes e após a sessão, utilização da escala de Rosenberg para analisar escala de autoestima do participante, utilização da ficha de anamnese para fins de segurança caso o participante apresente alguma alergia por algum componente dos materiais utilizados, uso de técnicas de maquiagem de camuflagem e harmonização de tom de pele afim de promover uma autopercepção positiva do participante. Este projeto lhe proporcionará benefícios em sua autopercepção com sua imagem pessoal facial, promovendo assim, elevação em sua autoestima.

Os riscos deste projeto serão médios, pois envolve procedimentos não invasivos, porém, os possíveis riscos desta pesquisa são de constrangimento ao

realizar o questionário e ao utilizar a maquiagem em si, riscos de alergia a algum componente dos produtos de maquiagem utilizados na pesquisa, entretanto para evitar tais riscos alérgicos, será utilizada uma ficha de anamnese para fins de avaliar se o participante poderá ou não realizar tal pesquisa. Se ocorrer algum dano à saúde, devidamente comprovado, em decorrência à participação no estudo, o/a pesquisador(a) assume o compromisso de indenizá-lo(a).

Ressalto que sua participação não é obrigatória, e, a qualquer momento, você poderá desistir de participar e retirar seu consentimento. Sua recusa não trará nenhum prejuízo, pois as informações obtidas até o momento de sua participação não serão utilizadas para o presente estudo. Afirmo que seu anonimato será mantido e que todas as informações serão mantidas em sigilo. Quando da divulgação dos resultados nos meios científicos nos deteremos apenas aos resultados encontrados por este estudo. Ao participar desta pesquisa não receberá nenhum recurso financeiro. Mas, caso haja despesas comprovadamente vinculadas à sua participação na pesquisa, estaremos à sua disposição para eventuais explicações.

Sua colaboração permitirá aprimorar os conhecimentos teóricos e práticos na área da estética e cosmética, bem como contribuir para o desenvolvimento científico, com a publicação do estudo realizado. Caso concorde com os esclarecimentos realizados acima, solicitamos que assine este Termo no espaço reservado apresentado a seguir, bem como rubrique cada página deste documento. Você receberá todas as vias deste termo rubricadas em todas as suas páginas. Uma cópia do termo será arquivada pelo(a) pesquisador(a) principal por cinco anos, de acordo com os preceitos legais e será incinerada posteriormente a este período. Pedimos que você também guarde uma cópia do Termo consigo. Fica assegurada a assistência durante toda pesquisa.

Caso necessite de mais alguma informação em relação à pesquisa, dúvidas e/ou novos esclarecimentos, bem como no caso de você optar por sair deste estudo, ou seja, revogar sua participação, você poderá entrar em contato pelos telefones e endereço eletrônico do(a) pesquisador(a) apresentado neste documento, ou ainda, você poderá fazer contato com o Comitê de Ética em Pesquisa do Senac SC que aprovou o desenvolvimento deste estudo. Este documento segue a Resolução 466/2012, que define as diretrizes para o desenvolvimento de pesquisas envolvendo seres humanos no Brasil. Este documento e a atividade da pesquisa aqui

apresentada seguem estas diretrizes e foi aprovado sob o parecer nº

_____.

Agradecemos antecipadamente a sua colaboração.

Pesquisador(a) principal: Gabriela Nascimento Dutra

Telefone: (48) 99166-1998 E-mail: nascimento.gabrieladutra9@gmail.com

Endereço: Rua Felipe Schmidt 515

Assinatura do(a) pesquisador(a) principal:

Assinatura do(a)

estudante: _____

Data: ____ / ____ / ____

Comitê de Ética em Pesquisa do SENAC - SC: Endereço: Rua Felipe Schimdt, 785 – 6º e 7º Andares – Bairro Centro – Florianópolis/SC E-mail: daniellafj@sc.senac.br
Telefone: (48) 3251-0539

Eu _____, RG _____, CPF _____ declaro que fui informado sobre todos os procedimentos da pesquisa e, que recebi de forma clara e objetiva todas as explicações pertinentes ao projeto e, que todos os dados a meu respeito serão sigilosos. Eu compreendo que neste estudo, o experimento será realizado em mim.

Eu permito que o(a) pesquisador(a) obtenha fotografia, filmagem ou gravação de minha pessoa para fins de pesquisa, científico e educacional. E também concordo que o material e informações obtidas relacionadas à minha pessoa possam ser publicados em aulas, congressos, palestras ou periódicos científicos. Porém, a minha pessoa não deve ser identificada por nome em qualquer uma das vias de publicação ou uso.

Declaro que fui informado que posso me retirar do estudo a qualquer momento e entrar em contato com o(a) pesquisador(a) responsável e/ou com o Comitê de ética.

Assinatura do(a) participante: _____

Data: ___/___/___

APENDICE 3 – Escala de Rosenberg (Adaptado de HUTZ, 2000)

ESCALA DE AUTOESTIMA DE ROSENBERG

Me olhando ao espelho eu:

Questões	Concordo Plenamente (A)	Concordo (B)	Discordo (C)	Discordo Totalmente (D)	Pontuação
1. Sinto que sou uma pessoa digna de apreciação, pelo menos tanto quanto as demais;					
2. Estou convencido de que tenho boas qualidades;					
3. Sou capaz de fazer as coisas tão bem quanto a maioria das pessoas;					
4. Tenho uma atitude positiva em relação a mim mesmo;					
5. Em geral, estou satisfeito comigo mesmo;					
6. Sinto que não tenho muito do que me orgulhar;					
7. Em geral, me inclino a pensar que sou um fracasso;					
8. Gostaria de poder sentir mais respeito por mim mesmo;					
9. Há momentos em que penso que sou inútil;					
10. Às vezes acho que não sou uma boa pessoa.					

Fonte: <https://amenteemaravilhosa.com.br/teste-de-autoestima/>

APENDICE 4 – CRONOGRAMA DE ELABORAÇÃO DO PROJETO

Quadro 3 – CRONOGRAMA DE ELABORAÇÃO DO PROJETO

ETAPAS	MESES				
	MARÇO	ABRIL	MAIO	JUNHO	JULHO
ELABORAÇÃO DO PROJETO	X	X	X	X	X
INTRODUÇÃO	X	X			
OBJETIVOS		X			
METODOLOGIA		X	X		
LEITURA DE MATERIAL	X	X	X	X	X
APLICAÇÃO DAS TÉCNICAS DE MAQUIAGEM					X
ANÁLISE DE DADOS					X
FINALIZAÇÃO E REVISÃO					X
ENTREGA E APRESENTAÇÃO					X

