



A Influência da Maquiagem para o Resgate da Auto Estima em Mulheres

Ana Carla Alves Evangelista Diniz¹; Zamia Aline Barros Ferreira²

Resumo: Existem muitos fatores diferentes que afetam a autoestima, incluindo a aparência física. A beleza e a autoestima costumam ser altamente relacionadas às mulheres, embora o grau de atratividade física de um homem para os outros também possa afetar sua autoestima. Objetivo: Averiguar a influência da maquiagem para o resgate da autoestima em mulheres. Método: Foi pautada em um estudo descritivo com aplicação de questionário com vinte estudantes universitárias do Curso de Estética de uma universidade do sudoeste baiano. Resultado: Viu-se que a maquiagem influencia na autoestima de mulheres, mudando o olhar subjetivo de definição de beleza fazendo estas gostarem mais de si mesmas. Conclusão: Notou-se o quão a maquiagem é um atributo fortalecedor da autoestima da mulher, empoderador e que agrega as mulheres que fazem uso dela um sentimento de satisfação e que faz a mulher se sentir bem mais poderosa e satisfeita com a própria imagem.

Palavras-chave: Autoestima. Beleza. Estética. Maquiagem, Mulheres.

The Influence of Makeup for the Recovery of Self-Esteem in Women

Abstract: There are many different factors that affect self-esteem, including physical appearance. Beauty and self-esteem are often highly related to women, although a man's physical attractiveness to others can also affect his self-esteem. Objective: To investigate the influence of makeup for the recovery of self-esteem in women. Method: It was based on a descriptive study with the application of a questionnaire with twenty university students from the Aesthetics Course of a university in the southwest of Bahia. Result: It was seen that makeup influences women's self-esteem, changing the subjective look of beauty definition making them like themselves more. Conclusion: It was noted how makeup is an attribute that strengthens women's self-esteem, empowering and that adds women who use it a feeling of satisfaction and that makes women feel much more powerful and satisfied with their own image.

Keywords: Self-esteem. Beauty. Aesthetics. Makeup, Women.

¹ Discente em Estética e Cosmética, Faculdade Independente do Nordeste – FAINOR, Vitória da Conquista, BA, Brasil. nacarladiniz25@gmail.com;

² Psicóloga. Mestre em Tecnologia em Saúde. Docente da Faculdade Independente do Nordeste (FAINOR). Vitória da Conquista, Bahia, Brasil. zamia@fainor.com.br.

Introdução

A autoestima representa um conjunto de sentimentos a respeito do valor próprio, competência e adequação. Trata-se, portanto, de uma orientação positiva ou negativa de voltar-se para si mesmo e, nesta concepção, a autoestima é a representação pessoal dos sentimentos gerais e comuns de autovalor. É sabido que problemas de autoestima são bastante comuns na sociedade atual e vem gerando sintomas depressivos e que afetam a qualidade de vida das pessoas, e, muitos estudos têm mostrado que mulheres são mais acometidas por sintomas de depressão e ansiedade e conseqüentemente de baixa autoestima mais do que homens (CORREIA; BORLOTI, 2011).

Tudo isso é ainda mais incentivado pela mídia que faz com que o ideal por padrões de beleza extremamente inacessíveis e difíceis sejam perpetuados socialmente, e insira ideais de corpo, que gera ainda mais baixa autoestima entre as mulheres em todo mundo, e tal problema está relacionada à depressão, suicídio, uso de drogas, problemas sociais e de relacionamento e decaimento no desempenho acadêmico e profissional (WEI et al., 2011).

Por isso é importante buscar medidas preventivas em prol de tais problemáticas que interferem na qualidade de vida e geram sofrimento, isolamento, entre outros problemas gerados pela falta de autoestima (FREIRE; TAVARES, 2011).

Neste sentido, alguns estudos vêm usando a maquiagem como ferramenta aplicada para aferir uma melhora mensurável na autoestima das mulheres. Mulheres de uma variedade de grupos étnicos e sociodemográficos são recrutadas e nota-se uma melhora latente na concepção sobre a sua auto imagem que é como uma pessoa se sente sobre si mesma e como ela percebe que os outros a veem e quando esta auto imagem é positiva, traz à pessoa mais autoconfiança, podendo mudar não só a aparência, mas também a autoestima (BRUM et al., 2013).

A aparência de uma pessoa afeta a maneira como os outros a tratam e conversam com ela. Quando ocorre as rugas pele ao redor dos olhos e esta começa a cair a autoimagem pode diminuir e as percepções dos outros também podem mudar. O uso de maquiagem pode realçar e dar a impressão de um brilho e beleza maior, fazendo as mulheres se sentirem melhor sobre sua aparência e aprimorando sua beleza, ela é capaz de se sentir mais confiante sobre o que ela está vestindo e como ela é percebida pelos outros (GARCIA, 2016).

Psicólogos evolucionistas sugeriram que os seres humanos provavelmente têm um desejo de parecer atraente e ser considerado adequado como companheiros em potencial. Da

mesma forma, quando uma pessoa procura um companheiro, ela sabe o que a atrai e a quem ela consideraria possíveis companheiros. Ela gravitará em direção àqueles que têm uma aparência que é atraente para ela, e ela quer que sua aparência seja a mais bonita possível. Mulheres gostam de se sentir atraentes e na maioria dos casos o uso de maquiagem faz com que estas se sintam bem consigo mesmas e com maior confiança e se sentir mais preparado para lidar com os companheiros em potencial que eles conhecem (GOMES; SILVA, 2013).

Quando a autoestima de uma mulher é baixa e ela sente que não tem mais características faciais desejáveis, ela pode se retirar das reuniões sociais e ficar mais perto grupos com os quais se sente mais em comum e que aceitarão suas características naturais, limitando sua gama de contatos sociais em potencial (SOUZA; HUTZ, 2016).

A maquiagem pode vir como uma ferramenta de apoio, pois pode cobrir estes problemas e características e ajudar a mulher a se sentir mais confiante de que as pessoas avaliarão suas habilidades de maneira justa e não de acordo com a aparência dela (TEIXEIRA; MELO, 2019).

Se ela sente que está bem, ela pode fortalecer sua posição e mostrar confiança em como ela se apresenta para outras. Quando ela se sente e parece bem organizada, outros acreditam que isso demonstra que ela se preocupa consigo mesma e como está sendo percebida. Neste sentido, muitos estudos trazem e buscam quantificar o impacto da maquiagem cosmética na percepção da auto estima das mulheres (WEI et al., 2011).

Como a maquiagem pode reduzir este problema e aumentar a autoestima é objeto deste estudo e tem papel fundamental na sociedade e elevação dos sentimentos de elevação da autoestima. É interessante tratar sempre essa temática por se tratar de aspectos que melhoram a vida de mulheres, pois a autoestima afeta diretamente a qualidade de vida destas, e vê-se que é importante discutir essa temática para estimular novos estudos sobre o tema e inserir nas mulheres os atributos de autoconfiança e elevação da autoestima.

Esse estudo apresenta como questão norteadora: A maquiagem pode melhorar a autoestima e percepção da imagem em mulheres? Para responder a esse questionamento traçou como objetivo geral: analisar a influência da maquiagem para o resgate da autoestima em mulheres universitárias.

Material e Métodos

Trata-se de uma pesquisa qualitativa, de caráter descritivo e exploratório. Segundo Minayo (2008), uma pesquisa qualitativa, tem caráter exploratório, isto é, estimula os entrevistados a pensarem livremente sobre um tema, objeto ou conceito e a partir daí mostra aspectos subjetivos e atingem motivações não explícitas, ou mesmo conscientes, de maneira espontânea, sendo utilizada esta pesquisa para obter percepções e entendimento sobre a natureza geral de uma questão, abrindo espaço para a interpretação.

O estudo exploratório realiza o diagnóstico organizacional, a identificação dos participantes; estudo da viabilidade de aplicação dos métodos, discussão dos problemas da organização e as possibilidades de ação, coleta dos dados para se realizar o diagnóstico, formulação do problema de pesquisa, escolha do pressuposto teórico que dará suporte à investigação e elaboração do diagnóstico. Assim sendo importantíssima para este trabalho a pesquisa bibliográfica e em outros meios acessíveis, para que este tenha a maior quantidade possível de informações e para que estas sejam simples, claras e entendidas (MINAYO, 2008).

Ainda, Gil (2010) destaca que a pesquisa descritiva proporciona uma explicitação do problema e pode envolver levantamento bibliográfico. No caso deste estudo foi realizada aplicação de questionário, sendo esta também descritiva por descrever as características de determinadas populações ou fenômenos com aplicação de questionário e a observação sistemática.

Participaram da pesquisa 20 estudantes do sexo feminino do Curso de Estética e cosmética de uma Faculdade na região Sudoeste da Bahia. Os dados foram coletados através de um questionário on-line feito no google formulário e encaminhado por e-mail para as participantes. Os resultados foram apresentados em gráficos e analisados à luz de outros estudos sobre a temática. Esta pesquisa foi aprovada pelo Comitê de Ética em Pesquisas da Faculdade Independente do Nordeste, sob Parecer Nº 32624720300005578.

Resultados e Discussão

Participaram deste estudo 20 mulheres com idade entre 20 a 34 anos, sendo 16 solteiras. Conforme apresentado no quadro 1, que segue abaixo:

Quadro 1 – Caracterização das participantes

n. de Participante	Idade	Estado Civil
--------------------	-------	--------------

1	20	Solteira
2	20	Solteira
3	21	Solteira
4	21	Casada
5	21	Solteira
6	21	Solteira
7	22	Solteira
8	22	Solteira
9	22	Solteira
10	22	Casada
11	23	Solteira
12	23	Solteira
13	24	Solteira
14	24	Solteira
15	24	Solteira
16	25	Casada
17	25	Solteira
18	26	Solteira
19	28	Solteira
20	34	Casada

Fonte: própria pesquisa (2020).

Com isso nota-se que a amostra desse estudo foi composta por participantes por alunas do curso de Estética e Cosmética que tem uma média de idade entre 20 e 34 anos, todas são mulheres jovens. Vale salientar que para Vargas (2016) em estudo feito com 2 milhões de novas consumidoras de maquiagem, no Brasil, viu-se que mais da metade (61%) está na faixa etária de 19 a 25 anos, tidas como mulheres altamente conectadas e que, consomem produtos de maquiagem com mais voracidade que outras faixas etárias. Sobre o estado civil, 16 (dezesesseis)mulheres solteiras (80%).

No que diz respeito a autoestima as participantes foram questionadas se se sentem satisfeitas com elas mesmas, e entre as respostas, viu-se que 10 (dez) delas responderam que sim e que razoavelmente sim, 4 (quatro - 20%_ que não e 6 (seis - 30%) disseram que mais ou menos ou moderado.

Ao serem questionadas como consideram a sua autoestima na maior parte do tempo viu-se que a maioria, n=11 (onze) respondeu que se sente regularmente bem, seis participantes responderam que boa, uma participante respondeu que sente ruim e duas sentem excelentes.

Nesse sentido é importante destacar que a satisfação consigo é um fator muito importante na autoestima. Para Wei et al. (2011) a variação na aparência física dos seres

humanos é enfatizada pelos antropólogos como um fator importante no desenvolvimento da personalidade e das relações sociais. E em particular a atratividade física deve desempenhar um papel crucial, pois fornece informações não-verbais facilmente acessíveis sobre uma pessoa para outras pessoas. Esta é uma das mais determinantes importantes da atração interpessoal nos estágios iniciais de muitos relacionamentos.

A maioria dos estudos sobre autoestima concentra-se basicamente em beleza física e como a pessoa se sente perante ela mesma, neste sentido, muitos estudos revelam que as características faciais estão entre os principais fatores imersos nesta questão. Por exemplo, como a pessoa se sente com relação a seu rosto interfere na satisfação social e profissional (TEIXEIRA; MELO, 2019).

Uma das maneiras mais importantes pelas quais as mulheres atualmente aumentam sua percepção e sua atratividade é através do uso de cosméticos comerciais. Tais produtos permitem mulheres a se adequarem aos padrões reais de beleza feminina, modifiquem artificialmente a sua aparência, melhorando as suas características faciais, mudando o impacto visual dos olhos e lábios, sobrancelhas estreitas, bochechas avermelhadas, cabelos grisalhos tingidos ou mascaramento de rugas e conseqüentemente da idade (BRUM *et al.*, 2013).

Sobre isso, neste estudo, quando perguntada sobre a percepção da insatisfação pessoal, os dados mostram que 15 (quinze- 75%) das mulheres sentiam-se insatisfeitas com elas quase sempre e apenas 5 (cinco - 25%) disseram que raramente.

Esse dado é extremamente relevante, uma vez que mais de 15 participantes sentem-se insatisfeitas consigo mesmas, podendo acarretar numa dificuldade com a autoaceitação, o que pode gerar problemas com a autoestima.

Como Wei *et al.* (2011) observaram, a imagem da pessoa pode gerar insatisfação e isto ocorre quando há um descontentamento quanto a sua condição real, assim, este estudo explorou a relação entre imagem, autoestima, e os comportamentos relacionados a sociabilidade, notando que quanto maior a auto estima mais a pessoa se torna sociável, e se sente bem socialmente.

De acordo com Garcia (2016) as mulheres têm uma autopercepção negativa maior do que os homens, e sofrem mais de problemas de autoestima, o que é afetado por frustrações e decepções. Além disso, assuntos como a autoimagem de uma pessoa desempenha um papel fundamental no desenvolvimento da personalidade. Mulheres com sentimentos negativos subjetivos sobre sua imagem desenvolvem mecanismos defensivos para lidar com baixa

autoestima e pode precisar "normalizar" ou manipular uma aparência prejudicada, e a maquiagem é crucial neste contexto (DUTRA; PONTES, 2018).

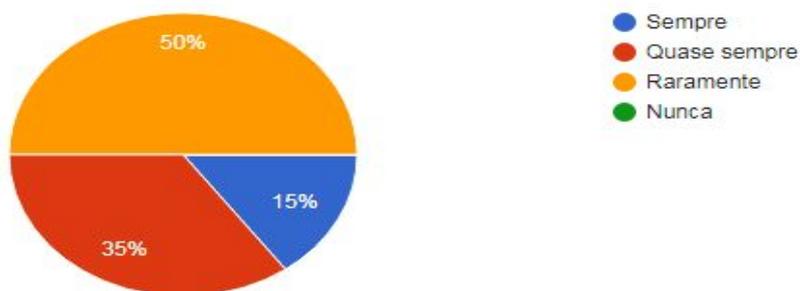
A imagem humana está significativamente correlacionada com a autoestima para as mulheres. Para essas, os escores mais baixos de autoestima foram refletidos por relatos de assistir seus corpos como um observador (vigilância corporal), tendo maior discrepância entre o atual e o ideal (CORREIA; BORLOTI, 2011).

Autores como Teixeira e Melo (2019) e Souza e Hutz (2016) demonstraram que a autoestima física está significativamente relacionada à autoestima geral. Correlações entre comportamentos relacionados à saúde, autoestima, e imagem corporal para homens e mulheres vem demonstrando o peso que a aparência tem na qualidade de vida de muitas pessoas, determinando seu bem-estar social. Ao serem questionadas sobre a frequência que costumam-se maquiar os dados mostram que metade delas, 10 (dez) raramente se maquam, 3 (três - 15%) disseram que sempre e 7 (sete - 35%) quase sempre. De forma geral, esse dado ficou muito dividido entre as participantes que quase sempre e sempre usam maquiagem e a outra metade que raramente faz uso da maquiagem.

Gráfico 1: Frequência que se maquam (Vitória da Conquista, BA, 2020).

Com qual frequência costuma se maquiar

20 respostas



Fonte: Própria pesquisa (2020).

Com isso é importante destacar a "psicologia da cosmética" que aparece, portanto, como um novo campo relativo à caracterização dos efeitos benéficos das práticas cosméticas, trazendo autoconsciência pública, consciência corporal, ansiedade social e facetas da imagem corporal estão sistematicamente relacionadas a variações no uso de cosméticos faciais e

maquiagem, mostrou ainda que as mulheres que se sentiam relativamente insatisfeitos com vários aspectos de seu próprio rosto, se sentiram bem melhores quanto a sua autoestima quando maquiadas, considerando esta, um esforço compensatório para corrigir ou equilibrar a autoimagem (STREHLAU *et al.*, 2015).

Uma revisão da literatura realizada por Seité *et al.*, (2012) revela apenas alguns estudos que assumiram que os cosméticos podem aumentar de forma eficiente e objetiva a auto estima feminina e pode ser usado para manipular a atratividade física e as mensagens implícitas que os cosméticos transmitem sobre nós mesmos, tratando sobre a questão da satisfação, muitas usam para se sentirem satisfeitas consigo.

Assim, questionou-se se elas sentem melhora na aparência quando fazem uso desses cosméticos e todas as participantes responderam que sim, ou seja, mesmo para aquelas 10 mulheres que raramente utilizam maquiagem, quando seu uso é feito, há um sentimento de melhora na aparência. Sendo assim, de forma geral, esse fator pode proporcionar uma melhora na autoestima das mulheres ainda que usem poucas vezes.

Conforme Dutra e Pontes (2018) para algumas pessoas fazer maquiagem não é uma opção, outras não fazem questão de usá-la, já para algumas mulheres esta é tão fundamental, que a pessoa não consegue não a usar, ficando com quadro de ansiedade relacionada à aparência, sem esta se tornar extremamente difícil manter a autoestima. Diante disso, muitos estudos vêm sendo realizados demonstrando o quão este ato, que parece simples, pode interferir na saúde mental e autoestima de alguém, como bem demonstra esse estudo.

Teixeira e Melo (2019) enfatizaram os efeitos de apoio de produtos de maquiagem para a saúde mental das mulheres, inclusive em casos em que a baixa autoestima prevalece, como naquelas diagnosticadas e afetadas por doenças graves.

Quando questionadas como se sentem maquiadas essas disseram os seguintes adjetivos: Excelente, Maravilhosa, Empoderada, Linda, mais confiante, Viva, Bonita, Melhorada, Renovada, Arrumada. Logo, quando questionadas sobre a satisfação própria quando estão maquiadas, todas responderam de forma positiva.

Foi percebido que a maquiagem traz uma melhora na autoestima da mulher, e essa traz influências psicológicas e refletem na autoestima.

Para Freire e Tavares (2011) destacam entre essas a autoestima, conveniência social, ansiedade e medo de auto avaliação negativa como alterações trazidas pela maquiagem (FREIRE; TAVARES, 2011). Logo, tem-se uma relação direta da autoestima, maquiagem e do perfil psicológico, com a satisfação, observando que mulheres que usam a maquiagem

como ferramenta de camuflagem preocupam-se bastante com ansiedade e neuroticismo, enquanto aqueles que usam maquiagem como uma ferramenta de "sedução" são bastante caracterizados por ter uma maior autoestima, extroversão e assertividade (GOMES; SILVA, 2013).

Quando questionadas com que frequência com que essas ficariam maquiadas, nota-se que 55% (11 - onze) delas disseram que quase sempre, 40% (oito – oito) que sempre e 5% (1 – uma) raramente. Esses dados demonstram que para maioria da amostra pesquisa a maquiagem é algo constante em suas rotinas diárias.

A abordagem subjetiva de autoavaliação revela claramente que muitos trabalhos consideram a funcionalidade da maquiagem, que serve tanto para camuflagem, neste caso para melhorar a autoestima e ainda como sedução (STREHLAU *et al.*, 2015). Pode-se concluir que, além da simples aplicação de produtos coloridos ao rosto, a maquiagem aparece como uma técnica holística que modifica não apenas a aparência, mas também ajuda a lidar com a autoimagem, emoções e humor (CORREIA; BORLOTI, 2011).

Quando questionadas se elas passaram a se maquiar mais depois de entrar no curso de graduação em Estética e Cosmética viu-se que a maioria respondeu que sim, n=12(60%), n=4 (20%) disseram que não e n=4 (20%) indiferente.

Nesse caso, percebe-se que um curso que tem como elemento central o cuidado e a beleza, passa a ser um incentivador ou até opressor nesse sentido para elas.

A aplicação de maquiagem pode ser considerada uma rotina diária para diminuir os efeitos negativos e/ou aumentar os efeitos positivos relacionados à autoimagem e autoestima, e à relação com o ambiente social (TEIXEIRA; MELO, 2019).

Há uma base psicocomportamental para diferenças no uso da maquiagem que solicita uma investigação mais aprofundada, pois existem determinantes subjacentes, e isso vai influenciar cada mulher de forma diversa, influenciando na autoestima e satisfação corporal e ainda no comportamento, fazendo uma correlação positiva entre estes aspectos e afetando a exposição e atratividade sexual, atrelando inclusive a estética e a maquiagem como meios que atribuem confiança e refletem inclusive na socialidade (BRUM *et al.*, 2013).

Assim, nota-se que os dados do estudo demonstram que a maquiagem reflete uma forte mudança na aparência e sentimento sobre a aparência dessas mulheres, fomentando a autoestima e fazendo com que as mulheres se sintam mais satisfeitas com elas próprias.

Conclusão

Esse estudo teve como objetivo analisar a influência da maquiagem para o resgate da autoestima em mulheres universitárias. E com isso notou-se o quão a maquiagem é um atributo fortalecedor da auto estima da mulher, empoderador e que agrega as mulheres que fazem uso dela um sentimento de satisfação e que faz a mulher se sentir bem mais poderosa e satisfeita com a própria imagem.

O uso da maquiagem além de fazer com que a mulher se sinta mais bonita afeta a sua autopercepção, satisfação com a atratividade facial, imagem corporal e autoestima. De acordo com nosso estudo, o uso de produtos cosméticos por mulheres está associado a diversos fatores, todos positivos que refletem na autoestima.

Nesse estudo foi observado que a grande maioria das estudantes são jovens de 20 a 34 anos, a maioria solteiras, que é um público que comumente faz uso de maquiagem, e percebeu-se ainda que metade delas se sentem satisfeitas com elas mesmas, sendo que todas fazem uso desse cosmético e todas elas usaram adjetivos positivos para descrever como se quando estão maquiadas, atribuindo valorações positivas e a maioria passou a se maquiar mais depois de cursar Estética.

Para esse estudo houve dificuldades em fazer a pesquisa devido a pandemia devido ao COVID 19 e, por isso, os questionários foram aplicados de forma online, conseguindo que 20 participassem.

As contribuições do estudo para a saúde e estética é de perceber que a imagem está significativamente correlacionada com a autoestima nas mulheres. Pois é comum observar mulheres que apresentam insatisfação e sentem-se mal por causa de problemas de cunho físico, principalmente se está fora dos padrões impostos pela mídia e quando maquiadas se sentem melhores, por isso a maquiagem de ser usada a favor das mulheres, mas como uma ferramenta para que se sintam melhores, mas sem pressões da mídia sobre o que é melhor para cada uma delas ou para entrar em um padrão pré definido.

Para concluir, sugere-se estudos futuros sobre essa temática demonstrando a questão social e psicológica atrelada a esse tema, pois engloba a saúde mental e não só a questão estética, fomentando mais análises em outros campos, demonstrando a importância dessa temática ora abordada.

Referências

- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. 4. ed. Lisboa: Edições, LDA, 2009.
- BRUM, L. F. S.; MARAVIESKI, S.; BERTIM, F. R. S. Influência do visagismo e da maquiagem na autoestima de adolescentes institucionalizadas. **Revista Interdisciplinar de Estudos em Saúde**, v. 3, n. 12, 2013.
- CORREIA, K.; BORLOTI, E. Mulher e depressão: uma análise comportamental-contextual. **Acta Comportamental**, v. 19, n. 3, p. 359-373, 2011.
- PONTES, S. **Maquiagem: um recurso para promover a autoestima**. Palhoça, 2018.
- FREIRE, T.; TAVARES, D. Influência da autoestima, da regulação emocional e do gênero no bem-estar subjetivo e psicológico de adolescentes. **Rev. psiquiatr. clín.**, São Paulo, v. 38, n. 5, p. 184-188, 2011.
- GARCIA, Lisa. The Effects of Makeup on Women's Self-Esteem. Kaplan University, **ProQuest Dissertations Publishing**, v.4, n.12, p.33-41, 2016.
- GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- GOMES, Nathália Silva; SILVA, Sueli Riul da. Avaliação da autoestima de mulheres submetidas à cirurgia oncológica mamária. **Texto contexto - enferm.**, Florianópolis, v. 22, n. 2, p. 509-516, June 2013.
- MINAYO, M. C. S. **O Desafio do Conhecimento: Pesquisa Qualitativa**. 6ª Ed. São Paulo: Hucitec, 2008.
- SEITÉ, S; DESHAYES, P; DRÉNO, B, Interest of corrective makeup in the management of patients in dermatology. **Clin Cosmet Investig Dermatol**, v. 5, n. 2, p. 123-128, 2012.
- SOUZA, Luciana Karine de; HUTZ, Claudio Simon. A autocompaixão em mulheres e relações com autoestima, autoeficácia e aspectos sociodemográficos. **Psico (Porto Alegre)**, Porto Alegre, v. 47, n. 2, p. 89-98, 2016.
- STREHLAU, Vivian Iara; CLARO, Danny Pimentel; LABAN, Silvio Abrahão Neto. A vaidade impulsiona o consumo de cosméticos e de procedimentos estéticos cirúrgicos nas mulheres? Uma investigação exploratória **R.Adm.**, São Paulo, v.50, n.1, p.73-88, 2015.
- TEIXEIRA, Francine; MELO, Vitória. **O impacto da maquiagem na autoestima de mulheres com câncer de mama**. Artigo apresentado como requisito parcial para a conclusão do curso de Graduação em Estética e Cosmética da Universidade do Sul de Santa Catarina – UNISUL. 2019.
- VARGAS, Angelica. **Consumo de maquiagem cresce entre brasileiras**, 2016. Disponível em: <<https://www.nielsen.com/br/pt/press-releases/2016/consumo-de-maquiagem-cresce-entre-as-brasileiras/>> Acesso em 5 nov 2020.
- WEI, M.; LIAO, K.; KU, T; SHAFFER, P. Attachment, self-compassion, empathy, and subjective well-being among college students and community adults. **Journal of Personality**, v. 79, n. 1, p.191-221, 2011.

Como citar este artigo (Formato ABNT):

DINIZ, Ana Carla Alves Evangelista; FERREIRA, Zamia Aline Barros. A Influência da Maquiagem para o Resgate da Auto Estima em Mulheres. **Id on Line Rev.Mult. Psic.**, Dezembro/2020, vol.14, n.53, p. 501-511. ISSN: 1981-1179.

Recebido: 02/12/2020;

Aceito: 14/12/2020.