



GISLEIDE ROBERTA DA SILVA

**A INFLUÊNCIA DA MAQUIAGEM NA AUTOESTIMA DE
MULHERES COM CÂNCER DE MAMA**

**Sinop/ MT
2018**

GISLEIDE ROBERTA DA SILVA

**A INFLUÊNCIA DA MAQUIAGEM NA AUTOESTIMA DE
MULHERES COM CÂNCER DE MAMA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado a Banca Avaliadora do Departamento de Estética e Cosmética, da Faculdade de Sinop-Fasipe, como requisito para a obtenção do título de Bacharel em Estética e Cosmética.

Orientador (a): Prof. Silmara Bonani

**Sinop/ MT
2018**

GISLEIDE ROBERTA DA SILVA

**A INFLUÊNCIA DA MAQUIAGEM NA AUTOESTIMA DE
MULHERES COM CÂNCER DE MAMA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado a Banca Avaliadora do curso de Estética e cosmética FASIPE, Faculdade de Sinop como requisito para a obtenção do título de Bacharel em Estética e Cosmética.

Aprovado em _____

Silmara Bonani
Professor (a) Orientador (a)
Departamento de Estética e Cosmética- FASIPE

Ana Bianchini
Professor (a) Avaliador (a)
Departamento de Estética e Cosmética - FASIPE

Isabella Navarini
Professor (a) Avaliador (a)
Departamento de Estética e Cosmética – FASIPE

Thaisa Talita Carvalho
Coordenador (a) do Curso de Estética e Cosmética
FASIPE – Faculdade de Sinop

**Sinop/MT
2018**

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho a Deus por ter me dado forças do início ao fim, a minha família, amigos, professores, todos aqueles que me ajudaram direta e indiretamente a concluí-lo, todos aqueles que tiveram paciência comigo em momentos de tensão e de empenho, e que me motivaram a ir até o fim, sem desistir no meio do caminho.

AGRADECIMENTO

Agradeço primeiramente a Deus, que permitiu que tudo isso acontecesse ao longo de minha vida, e não somente nesses anos como universitária mais que em todos os momentos está presente e é o maior mestre que alguém pode conhecer.

A minha vó por ser a melhor do mundo, estar sempre ao meu lado cuidando e orando por mim, meus familiares, por todo incentivo, amor e carinho que foi disponibilizado no decorrer destes anos.

Às professoras orientadoras Anny Christiann Garcia Granzoto e Silmara Bonani que me orientou de forma objetiva para obter êxito neste trabalho.

Aos demais professores do curso, que foram importantes em minha vida acadêmica e no desenvolvimento deste trabalho.

Enfim a todos aqueles que de forma direta ou indiretamente me ajudou a concluir este trabalho.

EPÍGRAFE

“Pois, sabendo que o Senhor estava comigo,
criei coragem”.

Esdras 7:28

SILVA, Gisleide Roberta da. **A influência da maquiagem na autoestima de mulheres com câncer de mama.** 2018. 66pg. Trabalho de Conclusão de Curso – FASIPE – Faculdade de Sinop.

RESUMO

Atualmente o câncer de mama é uma das doenças mais temidas pelas mulheres, devido a sua grande incidência e sua consequência no que diz respeito a beleza e autoestima, pois o seu resultado ocasiona diversas modificações no corpo da mulher. Sabendo disso, este trabalho teve como objetivo mostrar a influência da maquiagem na autoestima de mulheres que estiveram ou ainda estão no tratamento do câncer de mama e a importância da mesma na vida das pessoas: i). Detectar em que nível esteve a auto estima das mulheres após serem detectadas com câncer de mama; ii) identificar o grau de satisfação das mulheres após a realização de uma maquiagem. Esta pesquisa caracterizou-se de uma metodologia bibliográfica, exploratória com abordagem qualitativa e quantitativa, nas mulheres da REFECSS, Rede Feminina de Combate ao Câncer de Sinop. Foi realizado na prática maquiagens em 07 mulheres voluntárias, todas assinaram o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido e o Termo de Autorização de Uso de Imagem e responderam o questionário proposto para verificação e análise dos resultados. Onde 100% (n = 7) acreditam que a maquiagem ajuda a valorizar a beleza das mulheres independentemente de qual fase de tratamento ela esteja e 100% (n=7) pretendem fazer a maquiagem mais vezes por ter influenciado na autoestima. Conclui-se com a autoestima das pacientes em tratamento do câncer de mama é influenciado pela a maquiagem com a percepção de sentirem-se belas e mais confiante após a realização da maquiagem.

Palavras chave: Autoestima. Câncer de Mama. Maquiagem

SILVA, Gisleide Roberta da. **The influence of makeup on the self-esteem of women with breast cancer.**2018. 66 pages. Term paper – FASIPE- Faculdade de Sinop.

ABSTRACT

Nowadays breast cancer is one of the diseases most feared by women. As a result its high incidence and major impact in the women's self-esteem that's because may be several modifications in the female body. Knowing this, the objective of this study was to show the influence of makeup on the self-esteem of women who were or still are in the treatment of breast cancer. Therefore purported to detect at what level the women's self-esteem was after be detected with breast cancer; identify the degree of satisfaction of women after performing a makeup. This research was characterized by an exploratory bibliographical methodology with a qualitative and quantitative approach in the women of REFECSS (Rede Feminina de Combate ao Câncer de Sinop). A total of 07 women volunteers were submitted to make-up, with a formal consent all of them for use of their image use and authorization term. All the volunteers answered the questionnaire proposed for verification and analysis of the results. As resulting from the analyses 100% (n = 7) believe that makeup helps to value women's beauty regardless of which stage of treatment and 100% (n = 7) intend to do makeup more often because it has influenced self-esteem. In short the self-esteem of patients in breast cancer treatment is influenced by the makeup because they feeling beautiful and more confident after the makeup.

Keywords: Self-esteem. Breast cancer. Make up.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1- Evolução da maquiagem.....	18
Figura 2- Tipos de pincéis	23
Figura 3- Perfil da idade das participantes.....	35
Figura 4- Perfil dos anos de descoberta do câncer de mama.....	36
Figura 5- Nível de auto estima após o câncer de mama.....	38
Figura 6- Antes e depois da maquiagem.....	43
Figura 7- Nível de auto estima neste momento.....	45

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Percepção de maquiagem, aparência, tratamento estético das entrevistadas.	37
Tabela 2 - Percepção sobre o sentimento de beleza após serem maquiadas	40
Tabela 3 - Avaliação estatística do nível do auto estima das participantes da pesquisa antes e após a maquiagem.....	46

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	12
1.1 Justificativa	13
1.2 Problematização.....	14
1.3 Objetivos.....	15
1.3.1 Objetivo geral	15
1.3.2 Objetivos específicos.....	15
2. REVISÃO DE LITERATURA.....	16
2.1 Câncer de mama e aspectos históricos.....	16
2.2 Autoestima e bem-estar.....	17
2.3 Evolução da maquiagem	19
2.4 Produtos cosméticos e suas finalidades.....	20
2.4.1 Base	21
2.4.2 Corretivo.....	21
2.4.3 Pó.....	22
2.4.4 <i>Blush</i>	22
2.4.5 Sombras	23
2.4.6 Máscara de cílios	23
2.4.7 Lápis de olho e delineador.....	23
2.4.8 Batom	24
2.5 Pincéis para maquiagem	24
2.6 Preparação de pele.....	25
2.7 Refeccs – Trabalho voluntário	26
2.8 Importância da Esteticista para autoestima	28
2.8 Campanha Outubro Rosa.....	31
3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	33
3.1 Tipos de pesquisa	33
3.2 População e amostra	34
3.3 Coleta de dados.....	34
3.4 Delineamento Experimental	36
3.5 Aspectos Éticos	36
4. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DE DADOS	37
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	50

REFERÊNCIAS	52
APÊNDICE	61

INTRODUÇÃO

A procura pela beleza e satisfação com o corpo faz parte da história humana e nos dias atuais, o cuidado e a preocupação com a imagem pessoal atingem cada vez mais as pessoas. A busca por cosméticos, técnicas modernas e novidades tem aumentado consideravelmente. Um dos produtos mais utilizados vem sendo a maquiagem pois a mesma não é apenas um composto de cosméticos com a finalidade de embelezar, também é utilizada para elevar a auto estima e autoconfiança das pessoas que fazem seu uso (BOHN; CASSIA, 2014).

A maquiagem para muitos, pode ser de pouca relevância para imagem da mulher e que não tem importância alguma em sua vida, porém desmistificando isso estudos apontam que, o uso da maquiagem pode auxiliar de maneira considerável na recuperação da autoestima de mulheres debilitadas por doenças graves como o câncer de mama, ressaltando a importância da aparência para que a mulher se sinta bem e confortável com a sua imagem (CAPEL et al., s/d).

Os serviços de estética têm crescido consideravelmente nos últimos anos, além do mais os progressos tecnológicos e o aparecimento das melhores técnicas de tratamentos em estética vêm provocando mudanças significativas na área da beleza. Ambos os sexos estão cada vez mais vaidosos e atentos com a saúde e a beleza, e para realizar seus desejos utilizam técnicas inovadoras almejando diferenciais competitivos para maior firmamento no mercado de trabalho elevação da autoestima e aceitação na sociedade (SOUZA, s/d).

O rosto é a base da identidade, visto que, todas as práticas que propõe o seu embelezamento se intensificam com passar do tempo. Diversos estudos mostraram que a beleza facial tem grande influência sobre a percepção do indivíduo e o fato de ser bonito ou feio traz grande intervenção sobre nossos pensamentos, atitudes e sentimentos (SANTOS, 2014).

O mercado da beleza, a mídia e o marketing, estão ocasionando consequências no cotidiano do ser humano, a corrida da beleza prescrita pela sociedade vem se difundindo, no momento atual pessoas buscam a vários tipos de tratamentos para ter uma aparência que creem ser saudável e indispensável na conquista do sucesso. Estando em equilíbrio com o seu corpo, as pessoas passam a se aceitar e se ver de uma maneira positiva. Na corrida pela beleza, tentando conseguir os padrões impostos pela sociedade muitos indivíduos escravizam seu corpo. Doenças, baixa autoestima ou problemas psicológicos são cicatrizes que muitas mulheres desenvolvem na busca pelo corpo perfeito. A saúde está ligada a conduta diária de cada pessoa, a qualidade de vida depende de cada um, promover a saúde externa é um exercício de amor que vem de dentro de cada ser humano (SHIMIDTT, OLIVEIRA, 2008).

Deve-se saber que as pessoas não nascem com a autoestima formada, é adquirida ao longo do tempo junto com a autoconfiança e sentimentos equilibrados, sendo reforçados quando há uma satisfação com a aparência, gerando coragem para enfrentar as adversidades encontradas (GUILHARDI, 2002).

É necessário respeitar os limites e imperfeições de cada pessoa, visto que a falta de aceitação é capaz de levar um indivíduo a se sentir inferior a ponto de tomar atitudes drásticas que podem levar a atos extremos para amenizar o sentimento de rejeição. Com o decorrer do tempo, o corpo humano passa por modificações fisiológicas, e tem-se como destaque o aparecimento de rugas, flacidez entre outras alterações, no entanto, a beleza interior, é a representação do que cada um é realmente, pois não existe somente a parte física mais também, características internas onde localiza-se o caráter e a personalidade de cada indivíduo (VEIGA, 2006).

Considerando tanto o autoconceito quanto a auto estima como aspectos importantes e decisivos na relação do indivíduo, este trabalho teve como objetivo avaliar a influência da maquiagem na autoestima de mulheres que apresentam o câncer de mama na concepção dos questionados nessa pesquisa.

1.1 Justificativa

O câncer de mama nos dias atuais, tem sido uma das patologias mais temidas pelas mulheres devido ao seu crescimento gradativo e quando detectado causa nas mesmas um grande impacto tanto emocional quanto físico, possivelmente pelo fato das mamas fazerem parte do corpo e precisarem estar sempre belas e saudáveis e a perda de uma delas decorrente da mastectomia, pode causar uma anormalidade para a mulher, provocando um pensamento de desvalorização, discriminação e perda da feminilidade (FABBRO; WESTIN, 2009).

Existe uma percepção peculiar caracterizada pelo que é prazeroso aos sentidos dependendo das circunstâncias e do sentido mental da pessoa que a observa. Desde a antiguidade o corpo humano mostra-se como um dos elementos fundamentais desse meio harmônico (ORTOLAN, 2007). Devido a isso, este trabalho justificou-se pelo interesse em ampliar o conhecimento sobre a influência da maquiagem na autoestima de mulheres portadoras do câncer de mama, compreendendo a importância do profissional de estética para essas mulheres que desejam favorecer a sua imagem e aumentar sua autoestima durante o período de tratamento.

1.2 Problematização

Nos dias atuais a maquiagem está inteiramente ligada a beleza estética e no momento em que é utilizada corretamente concede no usuário uma expressão harmoniosa, isto é, a maquiagem pactua com o rosto, que combina com a roupa e que em consequência esse todo reproduz equilíbrio entre o indivíduo e a sua personalidade (ONEDA; PERIN; THIVES, 2008)

Um dos principais fatores que levam uma pessoa a procurar um tratamento estético é o descontentamento e o incômodo com alguma irregularidade em sua aparência sendo provocado por alguma patologia como câncer de mama ou até mesmo alguma deformidade em seu corpo (ITIKAWA et al., 2010). Segundo a Pesquisa Nacional de Saúde (PNS), relatada no ano de 2012 pelo instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), 3,8 milhões de mulheres de 50 a 69 anos nunca fizeram mamografia, o que corresponde a 18,4% da população feminina nessa faixa etária. O maior índice de câncer de mama encontrado entre as grandes regiões fica no Norte (37,8%), contra 11,9% do Sudeste, que tem a menor taxa (DIAS; MEIRELLES, 2013).

Devido a essas ocorrências entre outras variáveis a procura por procedimentos estéticos vem crescendo cada vez mais, e esses procedimentos tem como finalidade favorecer a aparência, elevar a autoestima e autoimagem, promovendo a melhora da qualidade de vida motivada pela pressão externa através da mídia e dos padrões de beleza (STREHLAU; CLARO; NETO, 2015). Mediante essas situações questionou-se: qual a influência da maquiagem na autoestima de mulheres em tratamentos de câncer de mama?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo geral

Expandir o conhecimento sobre a maquiagem transformadora podendo modificar o olhar, a expressão facial e elevar a auto estima de mulheres em tratamento de câncer de mama.

1.3.2 Objetivos específicos

- Detectar em que nível esteve a auto estima das mulheres após serem detectadas com câncer de mama;
- Identificar o grau de satisfação das mulheres após a realização de uma maquiagem;

2. REVISÃO DE LITERATURA

2.1 Câncer de mama e aspectos históricos

Câncer é o nome concedido a mais de 100 doenças, tendo em comum o aumento desregrado (maligno) de diversas células que dominam os órgãos e tecidos sendo capaz de se espalhar (metástase) para outras partes do corpo. Existem diversos tipos de câncer entre eles o de mama, um tumor maligno que se distende no tecido da mama sendo mais comum entre as mulheres considerado o segundo mais frequente estando entre as principais causas de morte no Brasil (RODRIGUES; CRUZ; PAIXÃO, 2008).

É considerado uma das Neoplasias malignas mais encontradas em mulheres brasileiras, ocorrendo especialmente após os 40 anos de idade, embora a idade não seja uma regra, pois com o passar do tempo tem se observado um aumento considerável de sua ocorrência em faixas etárias mais jovens em todo o mundo devido aos seus diversos fatores de riscos entre eles a predisposição genética, meio hormonal comprometido, incompetência imunológica, exposição a carcinogênicos e também as condições ambientais adversas (SOUZA et al., 2013).

Entre os diversos estudos sobre o câncer de mama e o seu tratamento foram identificados quatro períodos na história da doença. O primeiro ocorreu de 3000 a.C até o século II e era conhecido como período inicial ou precoce descrito como experimental, onde o tratamento se tornava algo desencorajador pois poderia haver agravamento do quadro após o procedimento cirúrgico. No segundo período, do século II até meados do XVIII, o câncer foi tido como doença sistêmica onde a retirada do tumor poderia promover ao indivíduo o alívio provisório da dor porém sem nenhuma garantia de cura. No terceiro período do século XVIII até o final do XIX, ficou marcado pelo crescente otimismo onde utilizavam-se da tese de que o câncer dava início como uma doença local e o quanto antes fosse diagnosticada a possibilidades de cura com a realização do tratamento no local adequado seria maior. E no

último período a partir de 1984 já na era moderna devido as grandes mudanças e inovações, a doença passou a ser considerada muito mais complexa acarretando assim o desenvolvimento de novos tratamentos (BERGAMASCO; TSUNECHIRO, 2007).

Na maioria das vezes o carcinoma tem evolução silenciosa, isto é, o mesmo não possui sintomas que indiquem seu surgimento, fazendo com que o índice de mortalidade precoce devido a falta de diagnóstico aumente cada vez mais. Mediante qualquer suspeita, histórico familiar ou idade avançada é indicado a procura de serviços de saúde o quanto antes, afim de que o diagnóstico possa ser realizado através dos diversos métodos existentes como o exame clínico, ultrassonografia, punção aspirativa sendo realizada pelo material citológico ou histológico, rastreamento mamográfico ou pela biópsia. Quando uma pessoa é diagnosticada com o câncer de mama passará por diversas combinações de tratamentos que envolvem radioterapia, cirurgias, hormonioterapia, quimioterapia além de necessitar de alguns tratamentos não-convencionais para maior cuidado de seu bem-estar físico e também emocional (FURLAN et al., 2013).

2.2 Autoestima e bem-estar

Com o intuito de compreender a influência da estética na autoestima e bem-estar do ser humano, torna-se necessário entender o significado de cada uma. Segundo Sheehan (2005), a autoestima são os valores que atribui-se de como se é visto por meio de experiências sociais. Já para Moysés (2001), a autoestima se mostra com a condição de ser merecedores de respeito e aptos de enfrentar os desafios da vida.

Buaiz (2005) diz que, bem-estar é sentir-se bem, confiante e feliz. É estar com a saúde física, mental e espiritual em equilíbrio, vivendo em plenitude. Bochnik e Thomsen (2005) em concordância afirmam que, o corpo precisa de exercícios regularmente, alimentação balanceada e sono suficiente, como também a mente necessita de novas informações e estímulos para sua estabilidade.

A maneira como a pessoa se olha no espelho e se auto analisa pode estar ligada intimamente a algumas regras ditadas pela sociedade, pois no fim das contas são frutos de uma imagem social e o conceito elaborado por si mesmo, irá determinar o nível de autoconfiança e auto estima (FLORIANI; MARCANTE; BRAGGIO, 2010).

Comprova-se que a auto estima é fundamental, e facilmente influenciada pelo que a mídia e os meios de comunicação impõem à sociedade, fazendo com que muitas vezes as pessoas se sintam diminuídas e não se adequem ao molde de beleza que a sociedade elenca como belo (BORBA; THIVES, s/d).

Conforme Cury (2005), a auto estima é uma condição de espírito, um paraíso que deve ser buscado no território da emoção. Afirma ainda que se vive na época da ditadura da beleza, que coage e arruína a auto estima do ser humano, e que aproximadamente seiscentos milhões de mulheres se sentem reféns dos padrões de beleza anunciados nas TVs, revistas, passarelas e comerciais. Ressalta que essa ditadura se tornou um câncer social onde mais de 98% das mulheres não se sentem belas, fazendo com que recorram a tratamentos estéticos em clínicas e até busquem procedimentos caseiros na tentativa de amenizar o incômodo.

A pressão externa, por meio da mídia acaba influenciando o indivíduo em relação a sua percepção de si mesmo, e como consequência na autoestima. Atualmente as ligações entre os indivíduos estão tornando-se cada vez mais passageiras e se desenvolve interesse na aproximação pela aparência e impressão física, sendo que o mais belo pode garantir sucesso, tanto na vida pessoal quanto profissional (FERRAZ; SERRALTA, 2007).

Instaurada nos dias atuais, a beleza adquire conceito de aceitação, onde não ser atraente consiste em ser excluído. É um grupo de valores atribuídos a um indivíduo através de análise de características, qualidades e defeitos que uma pessoa possui (PADILHA, 2002). A autoestima pode definir-se como um conceito favorável de si próprio, conseguindo enxergar a beleza e as qualidades transpondo os defeitos, não se comparando, pois, beleza é individual. Estética não deve ser algo padronizado, deve-se olhar o belo como algo ímpar para obter qualidade de vida e é preciso criar uma barreira para impedir a destruição da autoestima, levando as pessoas ao redor perceber o quanto são importantes (BORBA; THIVES, s/d)

Os recursos estéticos podem ser utilizados no auxílio da melhora da autoestima, e servem como instrumentos motivadores do bem-estar. São vários fatores que influenciam as pessoas a procurar tratamentos estéticos, que podem estar relacionados a coeficientes sociais que geram um processo periódico de consumo de cosméticos para alcançar uma boa aparência, possibilitando maior autoconfiança (CARVALHO, 2010).

O Brasil é um dos campeões em cirurgias estéticas e o número de cirurgias plásticas vem crescendo mais e mais a cada ano devido a insatisfação com o próprio corpo. O aumento progressivo em cirurgias faz com que deixe de ser individual e restrita para algumas classes sociais para tornar-se algo coletivo e ampliado com números crescentes a cada ano, já que fatores socioculturais e padrões de beleza instigam o ser humano a procurar a cirurgia como resultado imediato para o descontentamento com o corpo. A concretização do sucesso está intimamente ligada ao corpo, não somente a aparência jovem, mas também acrescido de medidas ideais (LEAL et al., 2010).

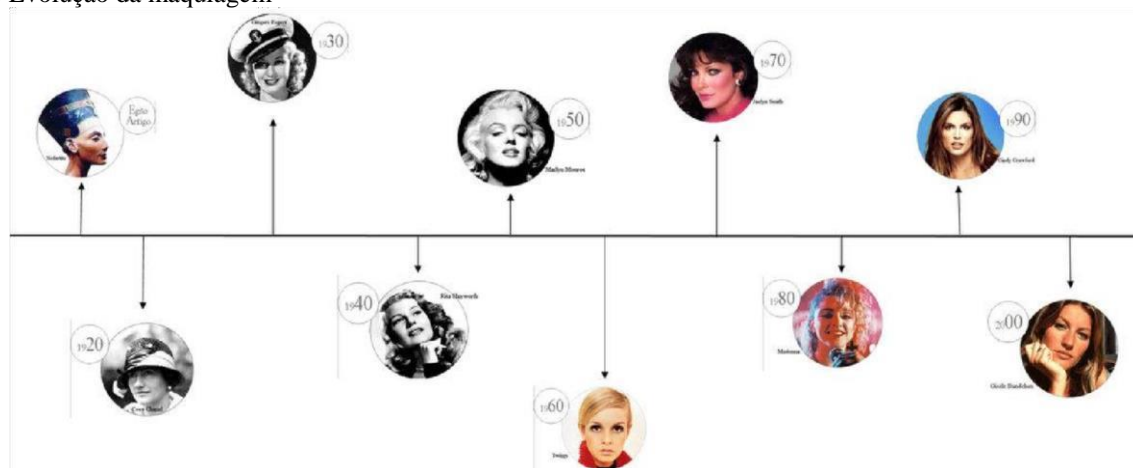
2.3 Evolução da maquiagem

A maquiagem cosmética possui a função de destacar os detalhes mais simétricos e harmoniosos da face, reparar imperfeições enaltecendo a imagem pessoal e como resultado melhorar a auto estima das mulheres fazendo com que se sintam belas e valorizadas pela sociedade. Todo produto cosmético tem sua especificidade e finalidade, afim de atender a todos independentemente do gosto e particularidade, com o passar do tempo os produtos são inovados e adaptados para todos os tipos de pele, uma evolução no decorrer das décadas (ONEDA; PERIN; THIVES, 2008).

Foi a partir da Primeira Guerra a grande revolução da estética, onde os produtos cosméticos começaram a fazer parte do dia a dia das mulheres entre outros adereços, simbolizando vitórias, conquistas e grandes avanços devido a ascensão de mulheres no mercado de trabalho. Essa mudança traz novas necessidades e também, liberdade para a mulher usufruir de roupas e estilos até então considerados masculinos como a calça e o corte de cabelo curto (LOPES; CARVALHO, 2012).

Também após a Primeira Guerra abriu-se um leque de opções de feminilidade, visto que na década de 20 o batom foi inventado e ajudava a compor a maquiagem da época junto com olhos pretos marcados, lábios vermelhos escuros e sobrancelhas desenhadas. Na década de 30 as sobrancelhas eram raspadas e desenhadas com lápis em um traço fino, sombras em pó cobriam as pálpebras, os cílios eram curvados com máscaras e o batom tornou-se algo mais discreto. Na década de 40 a beleza era considerada saúde, foi nessa época que houve uma crise de matérias primas devido as guerras que haviam ocorrido. As graxas eram usadas como máscaras de cílios, carvão era sombra para as pálpebras e a graxa de sapato foi utilizada como tintura para sobrancelhas. Já na década de 50 houve uma infinidade de inovações em produtos, onde a maquiagem realçava o rosto pálido e destacava os lábios (MENDES, 2011).

Ainda segundo o mesmo autor, nos anos 60 o clássico começa a ser deixado de lado, onde as mulheres passaram a abusar do visual fatal com cores sempre fortes e puras. Na década de 70 as pessoas passaram a seguir seu próprio estilo e não ficavam presas as exigências da moda, de modo que a maquiagem e o cabelo se tornaram meio de expressão de escolhas. Quase chegando ao ano 2.000, as pessoas passaram a se produzir de acordo com as estações do ano, e a beleza virou competição. Na década de 90 as mulheres apresentaram uma aparência mais “natural” que representava uma sociedade em fase de mudança, onde o corpo se tornou uma forma de expressão, e chegando finalmente no século XXI tornou-se possível ver uma fusão de todas as décadas anteriores (FIGURA 1).

Figura 1: Evolução da maquiagem

Fonte: Mendes (2011)

Acompanhando todas as transformações ocorridas nas décadas passadas, tornou-se necessário o surgimento de pessoas capacitadas para os cuidados que cada vez mais se tornavam necessário, como acompanhamentos pós-operatórios de guerra. Formando-se além de um profissional, um ser humano capaz de ouvir e dividir as alegrias e tristezas, angustias e ansiedades criando um vínculo que vai além do profissionalismo, gerando afeto, responsabilidade e respeito (TISSI, s/d).

2.4 Produtos cosméticos e suas finalidades

A Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA, 2005) na Resolução da Diretoria Colegiada (RDC) N° 211, de 14 de julho de 2005 define cosméticos, produtos de higiene pessoal e perfumes como preparações compostas por substâncias sintéticas ou naturais utilizadas em partes externas do corpo humano, com a finalidade principal de perfumá-los, limpá-los, corrigir odores e melhorar aparências.

A cosmetologia tem a função de tratar a beleza do indivíduo, fazer correções e preservar a aparência, é um misto do real e o imaginário, por sua vez não possui nenhuma finalidade curativa pois não se trata de um medicamento, é utilizada para prevenção e melhoria das mudanças inestéticas que ocorrem no corpo humano (RIBEIRO, 2010).

O consumo de cosméticos apresenta crescimento constante, seguindo a evolução no setor de industrialização dos cosméticos, nos dias atuais adotar uma linha de produtos de maquiagem é o mesmo que escolher uma linha para os cuidados com a pele. A qualidade dos materiais utilizados entre pincéis e produtos são de extrema importância pois fará uma grande diferença no momento de aplicação da maquiagem. Os cosméticos disponíveis no mercado atual conseguem atender a necessidade de todos os tipos de pele, a maior parte dos produtos

se apresentam em diversas formas como líquidos, pós ou cremes, com uma grande diversidade de formas e embalagens, acompanhado da evolução constante de suas formulações que torna-se cada vez mais saudáveis para a pele (GERSON, 2012).

2.4.1 Base

É o principal produto de qualquer maquiagem, pois desempenha a função de deixar a pele homogênea, o mais natural possível e com uma cobertura perfeita. Na face existem regiões mais escuras como ao redor da boca e dos olhos, que ao ganhar luminosidade repassam o aspecto de uma pele mais bem tratada e saudável, a escolha da base é feita de acordo com o tipo de pele e a necessidade de corrigir falhas indesejáveis, é fundamental que a mesma apresente uma textura adequada e tonalidade mais próximo ao tom de pele natural, ela pode ser aplicada na face com esponjas, pinceis adequados ou até mesmo com os dedos (MORAIS, 2015).

Existem quatro tipos de base, a líquida, cremosa, *Duocake* e *Pancake*. A líquida conhecida pelo seu aspecto mais transparente, mesmo não dando uma cobertura total ela concebe o efeito mais natural a pele. A base cremosa que adere melhor proporcionando excelente cobertura na maquiagem, no entanto carrega em sua formulação substâncias que nem sempre se adequam a peles oleosas. Há também o mix que o mercado atual oferece para dispensar uso do pó conhecido como *Duocake*, onde apresenta um efeito mais pesado do que as bases cremosas e líquidas, porém, é mais leve que o quarto tipo de base conhecido como *Pancake*, dissolvido em água e oferece a pele cobertura total mais pesada e também mais opaca, por apresentar um efeito seco devido ao pó acaba agradando mais as peles oleosas (MOLINOS, 2010).

2.4.2 Corretivo

Utilizados para cobrir manchas e defeitos os corretivos podem ser aplicados antes ou depois da base, ele se apresenta na forma líquida sendo mais leve, ideal para rugas finas, efélides e até mesmo pequenas imperfeições. Encontra-se também na textura cremosa atuando com mais eficácia sobre manchas e olheiras, existe também no tipo sólido ou compactos que concedem ótima cobertura, porém tendem a ressecar um pouco mais a pele, deste modo ressaltando as temidas linhas de expressão, a textura do corretivo irá depender do tipo de imperfeição que deseja ser disfarçada, sua composição química é semelhante á base cremosa (GERSON, 2012).

Quanto as cores de corretivo a escolha irão depender do tipo de problema que deseja disfarçar, para amenizar as marcas vermelhas ocasionadas por acnes ou vasinhos ao redor do

nariz utiliza-se o corretivo de cor verde, já para disfarçar manchas arroxeadas como olheiras e pequenos hematomas o amarelo é o mais indicado, para quem possui olheiras mais amarronzadas ou amareladas é recomendado a cor lilás. Deve-se tomar cuidado no momento de aplicação do produto pois ao utilizar a cor incorreta o problema pode ganhar destaque ao invés de ser neutralizado, sendo assim havendo dúvidas o mais indicado é fazer a utilização de corretivos em cores neutras. Independentemente da cor utilizada, no momento de aplicação do corretivo aconselha-se desenhar um triângulo invertido abaixo da linha inferior dos olhos e então fazer a esfumação do produto, esta técnica evitará que as bolsas presentes abaixo dos olhos fiquem marcadas (CARIATTI, 2016).

2.4.3 Pó

Proporcionam a pele uma maior uniformidade deixando-a com menos brilho fixando a maquiagem de uma maneira mais suave e sutil, auxiliando na fixação das camadas passadas anteriormente prolongando a durabilidade da maquiagem (PAPPINI; CASSIA, 2017)

O pó compacto irá proporcionar maior conforto no momento de fixar todo o processo feito anteriormente, é o mais indicado quando o objetivo é a obtenção de uma camada mais densa em determinadas regiões do rosto. O pó solto é muito prático quando a finalidade é cobrir uma parte maior como orelhas, pescoço, ombro, colo e rosto com a ajuda de um pincel. Pó opaco mais utilizado para peles com poros bem visíveis, pó translúcido apresentam cobertura suave e transparente indicado para todos os tipos de pele, e o pó bronzeador que quando utilizado na tonalidade e quantidade incorreta deixam um aspecto falso e muito carregado (MOLINOS, 2010).

2.4.4 Blush

O *blush* é tido como um dos elementos de maior erro em uma maquiagem, quando aplicado em excesso deixa o rosto muito marcado e quando feito uma aplicação com uma quantidade muito baixa acaba sendo imperceptível em uma maquiagem, o mesmo deve-se concentrar na região externa do zigomático em direção as orelhas. O tom de *blush* a ser utilizado no momento da maquiagem irá depender da cor da pele, os tons rosados ou pêssegos são perfeitos para as branquinhas pois promove uma aparência mais saudável, já as tonalidades douradas ou acobreadas são ideais para peles negras e morenas (ROCHA; EMILIANO, 2017).

Encontram-se em forma líquida sendo o mais raro e o menos utilizado caindo bem em peles sem cicatrizes ou manchas que não necessitou da aplicação de uma camada muito espessa de produtos como base e corretivo, o blush cremoso proporciona uma aparência de

pele bem cuidada e hidratada e o mais utilizado sendo o blush em pó pois fica bem em todos os tipos de pele (GERSON, 2012).

2.4.5 Sombras

São produtos aplicados nas pálpebras, apresentando efeitos de iluminação, profundidade, resalta, junta ou distância os olhos, proporcionada harmonia e conseqüentemente o efeito degrade no esfumado. Muitas das técnicas de maquiagens utilizadas baseiam-se em diminuir ou aumentar o volume das diversas partes do rosto com o objetivo de direcionar os olhos de quem vê, para a região que está em destaque (HALLAWELL, 2011).

Existem diversos tipos de sombras a mais utilizada entre elas é a sombra em pó, devido a sua capacidade de proporcionar um efeito sombreado com maior facilidade além de possibilitar uma passagem ideal do claro ao escuro, as sombras em pó para serem diluída em água tem o efeito aquarela, permite uma cobertura mais intensa conforme a dosagem de água e espalha-se com maior facilidade dependendo da prática do maquiador, as sombras cremosas tem maior flexibilidade, os sombreados proporcionados por ela são melhores do que os traços, as cores claras são mais fáceis de conduzir do que as escuras, pois ela deixa um erro mais visível. A sombra em lápis não irá permitir muitos detalhes pois não proporciona um bom acabamento, já a em gloss dará uma cobertura melada para os olhos pode ser encontrada transparente ou colorida (MOLINOS 2010).

2.4.6 Máscara de cílios

As máscaras de cílios mais popularmente conhecida como rímel tem a função de atribuir uma aparência mais alongada e volumosa aos cílios, disponíveis em diversas cores, o preto e a marrom são as mais utilizadas por apresentarem um efeito mais natural. É possível entra-lo a prova d'água sendo resistente a água, toque, transpiração, porém são mais difíceis de serem removidos, necessitando do auxílio de um demaquilante para total remoção, no entanto a versão lavável sai com maior facilidade, podendo escorrer em contato com umidade (LIMA; CASSIA, 2016).

2.4.7 Lápis de olho e delineador

Há várias formas e tonalidades de lápis, como também diversas cores podendo ser utilizado de acordo com a cor dos olhos e em harmonia com as cores da sombra, ele possibilita o contorno dos olhos e possui o efeito de diminui-los ou aumenta-los definindo-os ou realçando-os. Já os delineadores por sua vez possuem traços bem marcantes e precisos,

contorna os olhos deixando-os bem realçados, encontra-se na forma gel, líquida ou caneta, disponível em diversas cores (DIAS; EMILIANO, 2017).

2.4.8 Batom

Na antiga Mesopotâmia, encontra-se o primeiro registro da existência do batom, nesta época eram obtidos através do esmagamento de pedras semipreciosas. Já no antigo Egito utilizava-se lodo e bromo para obter a cor vermelho-púrpura nos lábios que lhes acarretavam doenças graves e devido a esse motivo passou a ser conhecido popularmente como beijo da morte, já Cleópatra aplicava besouros de carmim esmagados para a obtenção da cor vermelha nos lábios (ANURAJ, 2006, p.1 apud RIBEIRO, 2010).

São vários os tipos de batons os gloss coloridos ou transparentes, deixam os lábios com uma aparência plastificada e umedecida, sua cobertura transparente irá proporcionar uma combinação perfeita com outras texturas de batons, o cremoso por sua vez é mais comum e utilizado nos dias atuais, recomenda-se não aplicar uma camada muito espessa, pois o movimento natural dos lábios irá desfazer os contornos com maior facilidade, diferente do batom opaco que proporciona maior fixação, e é adequado para correções de contornos. Os batons de ultra fixação são mais secos e sólidos, desta forma defini com maior precisão os contornos, em compensação seu retoque deve ser realizado com uma frequência maior, pois tendem com o passar do tempo fazer rachaduras na textura do batom, para uma boca sem contorno e que não tenha recebido nem uma aplicação de cosmético indica-se o batom líquido transparente pois remete um efeito delicado e natural ao rosto (MOLINOS, 2010).

2.5 Pincéis para maquiagem

De acordo com Gerson (2012), existem uma infinidade de pincéis em diversos tamanhos e formatos, produzidos por pelos sintéticos ou de animais, com cabo de acrílico, madeira ou metal. Dentre os diversos modelos encontra-se o pincel para pó, macio e grande, utilizado para esfumar com movimentos circulares, outro bem semelhante porém um pouco menor é usado para aplicação do blush, o pincel de corretivo normalmente estreito e firme, ideal para fazer traços mais marcantes ao redor dos olhos, para aplicação do batom utiliza-se o pincel semelhante ao do corretivo, diferenciando-se pela sua borda mais redonda e afunilada, da mesma forma no entanto um pouco maior deve-se apresentar o pincel para aplicação de base. Os pincéis para depósito de sombras sobre as pálpebras estão disponíveis em vários tamanhos e formatos, os mais macios são indicados para esfumar, os mais firmes para fazer o depósito da mesma sobre a pálpebra. Para a aplicação do delineado se faz necessário um pincel mais afunilado e com cerdas mais firmes, para realização do desenho das sobrancelhas

utiliza-se o chanfrado e para remoção das sombras que caiu abaixo dos olhos indica-se o pincel leque (FIGURA 2).

Figura 2 - Tipos de pincéis



Fonte: Molinos (2010)

2.6 Preparação de pele

A pele é um órgão de revestimento externo do corpo humano e exerce a função de proteção, pigmentação, nutrição, termo-regulação, transpiração, defesa e absorção. Sua aparência depende de diversos fatores como a idade, sexo, alimentação, estado de saúde do indivíduo e o clima. A classificação de cada pele é analisada conforme sua produção sebácea, sua elasticidade, e seu nível de hidratação sendo dividida em pele normal, alípica, lipídica e mista (RAMALHO; DINIZ, 2009).

A pele normal é conhecida por sua aparência saudável, é aquela que todos sonham em ter, pois apresenta tons adequados de elasticidade e libera a gordura necessária no momento certo, proporcionando brilho, elasticidade natural, textura aveludada, viçosa e lisa. A pele seca ou Alípica é mais comum a partir dos 35 anos de idade, apresenta uma aparência mais sensível e fina, com propensão a escamações, tende a exibir rugas precoces ao redor dos olhos e da boca, devido à ausência de umidade natural apresenta pouco brilho com pH ácido, é pouco hidratada, sofre muito com as alterações climáticas (MORAIS, 2015)

Já a pele oleosa ou lipídica apresenta poros mais dilatados, tem o aspecto úmido e brilhante e está mais propensa ao aparecimento de acne e comedões, produz sebo em

quantidade maior, devido a isso necessita de cuidados com a exposição solar e a alimentação. E por fim a pele mista, sendo o tipo mais encontrado, caracterizada pela oleosidade em excesso na zona T da face composta pela região frontal, nariz e o queixo. Em áreas como a bochecha e extremidades a pele apresenta-se seca ou normal (URURAHY, 2015).

A pele precisa de cuidados especiais antes de ser feita qualquer maquiagem, quando tratada corretamente apresenta melhor textura e vitalidade, proporcionando um resultado excelente quando maquiada. O primeiro procedimento a ser realizado é a higienização, utilizando-se de produtos próprios para cada tipo de pele, os mesmos podem ser encontrados em géis, loções, leite de limpeza ou cremes. Como segundo passo segue com a tonificação da pele para complemento da higienização fazendo a retirada de impurezas ainda existentes e auxiliando no equilíbrio do pH e oleosidade da pele, o terceiro passo a ser realizado é a hidratação, possibilitando que elementos hidratantes penetrem na camada da pele produzindo uma película natural dificultando a evaporação dos líquidos e por fim a aplicação do primer que com sua espessura fina auxilia a reduzir pequenas linhas de expressão, poros, minimizar imperfeições e aumentar a durabilidade da maquiagem (BOHN; CASSIA, 2014).

Contudo, para a execução de uma boa maquiagem indica-se uma ótima preparação de pele pois nos dias atuais a maquiagem vem cumprindo um papel muito importante no mundo da moda e entre as mulheres, onde a mesma vem passando por constantes mudanças de acordo com cada estação do ano, ela também é de fundamental importância em casamentos, formaturas, aniversários entre outros eventos glamorosos. Com suas diversas cores e formas estão sempre mudando e se atualizando tornando-se cada vez mais desejada, seu principal objetivo é destacar a beleza natural das mulheres realçando suas características mais atraentes e diminuindo os pequenos detalhes que lhe causam desconforto (GERSON, 2012).

A maquiagem não é utilizada apenas para o embelezamento ela é considerada um acessório importante que favorece o estilo, personalidade e atitude da mulher em diversas situações e lugares (MOLINOS, 2010). Ela tende a proporcionar harmonia na imagem da mulher disfarçando as imperfeições e realçando os pontos positivos de sua face. Nos dias atuais existe uma grande diversidade de técnicas e produtos utilizados para auxiliar e facilitar o trabalho do profissional (RECH, et al., 2010).

2.7 Refeccs – Trabalho voluntário

Não é fácil apresentar uma definição exata de trabalho voluntário, pois assim como o trabalho remunerado, o voluntário abrange diversas atividades, contudo, diferente do

primeiro, o trabalho voluntário não apresenta nenhum sistema de classificação padronizado que define sua categorização, entretanto, entende-se por trabalho voluntário como qualquer atividade em que pessoas ofertam voluntariamente o seu tempo para o benefício de outras pessoas, organizações ou grupos sem nenhuma retribuição monetária. Vale destacar que este tipo de trabalho pode atingir uma faixa estreita ou ampla de ações, sendo capaz de integrar desde tarefas realizadas para organizações, tido como trabalho voluntário formal ou até mesmo informal sendo a ajuda prestada a algum familiar ou vizinho, afim de prestar um serviço por vontade própria, partindo de suas preocupações pelos problemas sociais (SOUZA; LAUTERT, 2007).

Acredita-se que a humanidade tem um potencial muito grande de doar ao seu próximo alguma coisa, ela só necessita ser estimulada para isso, e acima de tudo, acreditar que está ação é importante e gratificante. É impossível ampliar um tratamento de doenças como câncer e não envolver a sociedade, pois a pessoa que se dispõe a ajudar o próximo exerce sua escolha com paixão, e não para engrandecimento. Todas as instituições que utilizam de trabalhos voluntariado os resultados em todos os sentidos são excelentes, pois entende-se que não se devem tratar apenas a doença mais também, o indivíduo (MORAES et al., 2010).

Para os tratamentos oncológicos no geral, o trabalho prestado por voluntários é de extrema importância, pois exercem um suporte social valioso, visto que para os pacientes que vivem sozinhos ou de baixa renda é o único suporte e apoio que o doente recebe. Ao realizar o trabalho em clínicas oncológicas o voluntário tem acesso direto ao paciente e até mesmo com os familiares, muitas vezes uma aproximação mais íntima do que os próprios profissionais envolvidos no tratamento. Estão sempre dispostos a oferecer conforto, atenção, carinho, convívio e muita esperança, influenciam no lado emocional do paciente, com troca de conselhos e informações (SOUZA et al., 2003).

Em Sinop encontra-se a Rede Feminina de Combate ao Câncer (REFECCS), uma associação filantrópica e sem fins lucrativos, elaborado por mulheres voluntárias e também ex-pacientes de câncer. Seu trabalho é voltado ao atendimento de mulheres com câncer com o intuito de orientar, acolher e promover apoio social as suas pacientes e seus familiares. Disponibilizam de diversos serviços como, psicológicas, consultas nutricionais, fisioterápicas além de suprir as necessidades básicas dos pacientes e seus familiares com doações de cestas básicas, suplementos alimentares, medicamentos e transporte. O tratamento contra o câncer e as quimioterapias deixam os pacientes bastante debilitados, e é neste momento que as voluntárias estão na ala de Oncologia do Hospital Santo Antônio para oferecer todo suporte e

apoio durante a sessão, e uma das grandes preocupações da rede é a sociabilização do atendimento e devido a isso cerca de 15 voluntárias realizam atividades como leitura bíblica, apresentações de músicas, palestras, dinâmicas e leitura de histórias para as pacientes. As voluntárias estão sempre realizando visitas domiciliares com a intenção de conhecer a real necessidade do paciente em tratamento, para poder apoiá-lo tanto nas necessidades, emocionais quanto material e principalmente no relacionamento familiar (REFECCS, 2018).

Ainda segundo o mesmo autor, a REFECCS tem realizado projetos e ações com o intuito de ampliar o atendimento e proporcionar maior qualidade de vida e conforto aos pacientes, se acordo com os últimos levantamentos a rede tem 180 cadastros entre contribuintes e voluntárias, deste total de pessoas 60 atuam ativamente os projetos e ações realizadas, sendo estas voluntárias em parceria com toda sociedade, as grandes responsáveis pela execução deste belo trabalho.

2.8 Importância da Esteticista para autoestima

A estética analisa racionalmente o belo e os sentimentos despertado nas pessoas. Deste modo origina-se o uso da estética como sinônimo de beleza. Desde os tempos passados até os dias atuais o significado desta palavra vem tornando-se cada vez mais evidente no meio das pessoas, pois estética e beleza estão sempre interligadas, devido a isso o ramo de estética vem sendo o objeto de estudo para diversas pessoas. Ao longo dos séculos a constante preocupação com a aparência, padrões de beleza impostos pela mídia e sociedade juntamente com o desejo da eterna juventude, faz com que o mercado de estética aumente cada dia mais a sua demanda de tratamentos e produtos cosméticos (SCHMITZ; LAURENTINO; MACHADO, 2010).

A busca por tratamentos estéticos cresceu 186% somente na última década, quase 20% ao ano, mas a profissão de esteticista é antiga, já que em 1936, Anne Marie Klotz trouxe o primeiro curso de estética para o Brasil, e depois disso já são mais de um milhão de esteticistas formadas, sendo 350 mil formadas em cursos técnicos (MARZANO, 2014).

Os serviços de estética têm crescido consideravelmente nos últimos anos, além do mais os progressos tecnológicos e o aparecimento das melhores técnicas de tratamentos em estética vem provocando mudanças significativas na área da beleza. Ambos os sexos estão cada vez mais vaidosos e atentos com a saúde e a beleza, e para realizar seus desejos utilizam técnicas inovadoras almejando diferenciais competitivos para maior firmamento no mercado de trabalho e aceitação na sociedade (SOUZA, s/d).

Com a constante mudança e evolução das técnicas de cirurgias plásticas estéticas fica cada vez mais claro, a crescente procura de um público que busque por padrões de beleza ditados como belo nos dias atuais. Esta situação implica em uma responsabilidade ainda maior por parte das esteticistas, que vem atuando com o intuito de minimizar e prevenir fatores consequentes destas intervenções cirúrgicas, destacando a importância de sua atuação, por meio de recursos terapêuticos e estéticos, relacionada à atuação do cirurgião plástico, resultando em um trabalho em equipe, onde diferentes profissionais motivam-se a agir com o mesmo propósito de proporcionar saúde e bem estar ao paciente, garantindo sua reabilitação e recuperação em um menor período de tempo (SDREGOTTI; SOUZA; PAULA, 2019).

Em um mundo em que a aparência é tão valorizada, algumas horas da semana e um pequeno investimento para cuidar do visual e relaxar das tensões do dia a dia em uma clínica de estética, ou *spa* podem ser recompensadas nas mãos do especialista em beleza. O profissional de estética tem o comprometimento de cuidar da saúde da pele e do corpo, visando sempre o bem-estar físico, mental e estético de seus clientes (PINTO; EMILIANO, 2009).

Cada vez mais a busca pela beleza, elevação da autoestima e aceitação no meio social vem se tornando responsabilidade do profissional de estética devido a sua grande habilidade em diversos tratamentos facial, corporal e capilar. O profissional de estética vem a cada dia adquirindo seu lugar na sociedade e desenvolvendo um papel significativo e essencial na área da saúde possibilitando saúde, bem-estar e auto estima, a fim de atender as expectativas e necessidades de suas clientes (BARBOSA; WOLFF; GOIS, 2016).

O profissional deve sempre procurar compreender os motivos das queixas e insatisfações de seus clientes em relação ao descontentamento com sua aparência, pois trata-se de uma insatisfação pessoal, que leva o indivíduo a busca constante por melhoramento daquilo que tanto lhe incomoda. O mesmo precisa ter conhecimento da importância da imagem pessoal e de como atingir a individualidade e identidade das pessoas, pois há algumas ocasiões em que a pessoa deseja inovar e brincar com sua imagem criando uma espécie de personagem temporário, ocasionando efeitos emocionais e psicológicos e influenciando em sua mudança de comportamento (HALLAWEL, 2009).

O mundo da estética sempre foi procurado pelas pessoas com a finalidade de embelezamento, para dar sequência aos tratamentos de pré e pós-operatórios ou até mesmo para dividir com o profissional momentos de alegrias, tristezas, dúvidas, ansiedades e angústias. A relação entre esteticista e cliente foi além do profissional, tornou-se algo muito forte, criando-se um vínculo de respeito, afeto e responsabilidade, isto é, a estética com o

passar do tempo vem adquirindo um novo conceito, saindo apenas da visão do embelezamento e se expandindo também para ligação com a imagem pessoal e a delicadeza de lidar com os sentimentos de seus clientes (TISSI, 2016).

Responsável pelo cuidado com o corpo, cabelo e face o profissional de estética está sempre visando a manutenção da saúde de seus clientes, beleza e bem-estar. Através da utilização aparelhos modernos de alta tecnologia e uso de cosméticos proporciona o melhoramento do aspecto da pele, com seu entendimento e conhecimento teórico sobre anatomia do corpo humano, executa massagens como modeladora e drenagem linfática a fim de amenizar gordura localizada, celulites entre outros problemas que afetam a aparência do corpo, realiza também massagens e terapias alternativas que proporcionam relaxamento. Tem competência para identificar e apontar os problemas de pele e encaminhar o cliente ao médico especialista, pode-se realizar atendimento *Home care* ou trabalhar em clínicas estéticas, spas, consultórios, academias, hospitais hotéis e até navios. Proporcionar beleza, e bem-estar permanecem sendo o grande objetivo da estética pois mesmo com o passar do tempo, avanço tecnológico e modernidade sua essência não foi perdida (LOPES, 2016).

Devido ao grande crescimento por tratamentos estéticos na última década e devido a regulamentação dos profissionais esteticistas e biomédicos, fisioterapeutas e dentistas estetas, foi possível o aumento dos diferentes tipos de tratamentos. No que se diz respeito a estética, esta profissão apresenta cada vez mais mãos de obras qualificadas e profissionais especializados, que em conjunto com outras práticas acaba se tornando um fator que impulsiona a busca pela beleza e saúde. Os profissionais da saúde voltado para área de estética, devem ter conhecimento de que o tratamento realizado não é algo apenas superficial, ele pode interferir diretamente a uma grande mudança no padrão de vida, psicológico e bem-estar de diversas pessoas. Entender o comportamento social no que se diz respeito a busca constante da perfeição é uma grande questão sendo então a cultura a grande responsável pela mesma. Quando ocorre a mudança devido aos tratamentos estéticos, o medo de exclusão diminui e a pessoa se integra como membro importante do grupo ao qual pertence. Nesse aspecto, evidencia-se que além do conforto e auto estima e estética também pode oferecer a saúde do indivíduo com diversos benefícios comprovados (BARROS; OLIVEIRA, 20170).

Os procedimentos realizados pelos profissionais em estética contribuem para o bem-estar, saúde e auto estima das pessoas, e podem ser indicados para complementar tratamentos de saúde em parceria com médicos dermatologistas e cirurgiões. Quanto ao cuidado com a beleza e imagem pessoal não há restrições nem contraindicações, podem e devem ser trabalhadas como qualidade de vida (WICHINESKI; SOUZA, 2011).

2.8 Campanha Outubro Rosa

O movimento popular denominado como outubro rosa e comemorado internacionalmente, deu início nos Estados Unidos, em 1997 e em seguida com a aprovação do Congresso Americano, outubro acabou se tornando o mês nacional de prevenção ao câncer de mama. No mês de outubro de 2009, se intensificaram as ações referente ao outubro rosa no Brasil, e em 2010 o governo brasileiro, juntamente com o INCA (íntegra a secretaria de Atenção á saúde do Ministério da Saúde), passou a fazer parte desta mobilização. No decorrer dos últimos anos, o Instituto realizou diversos eventos sobre o câncer de mama e contou com a participação da sociedade civil, produzindo e distribuindo materiais informativos com recomendações para toda população e também profissionais da área da saúde (MAIA et al., 2014).

Logo após a aprovação do Congresso Americano, o mês de outubro tornou-se o mês nacional de prevenção ao câncer de mama. Como forma de sensibilização a população se enfeitavam com laços rosas e a cidade também era toda decorada, principalmente em locais públicos com a cor da mobilização, em seguida foram surgindo outras ações como desfiles de moda beneficentes, corridas, vendas de camisetas, diversos concursos como o de cartazes entre outros. A iniciativa de iluminar de rosa prédios públicos, monumentos, teatros, pontes e ruas, surgiu posteriormente. No brasil, a primeira iniciativa referente ao outubro rosa foi realizada em 2002, quando o Obelisco do Ibirapuera (Mausoléu do Soldado Constitucionalista) foi todo iluminado de rosa desde então a campanha passou a atingir grande parte do território nacional. O projeto visa chamar a atenção direcionado para a realidade atual o câncer de mama e a grande importância de seu diagnóstico precoce. O seu principal objetivo é divulgar de maneira simples, todas as contribuições dos diversos segmentos da sociedade no que diz respeito a esta ação mundial, que com diversos tons de rosa, embeleza e enfeita os mais diversos locais (VIEIRA; SANTOS, 2016).

O movimento outubro rosa tem o intuito de chamar a atenção da população a respeito do câncer de mama em mulheres de todo mundo. Suas ações têm por objetivo realizar o diagnóstico precoce com a intenção de diminuir em decorrência de mortes devido a essa doença. Juntamente com os métodos de rastreamento, práticas de educação referente a comportamentos de risco e detecção precoce do tumor, também são de grande valia para a promoção de saúde da comunidade. O câncer de mama, sendo diagnosticado precocemente, é capaz de ser tratado de forma bastante efetiva, gerando grande chance de preservação da mama. Porém a detecção tardia ainda é a realidade em varias regiões do Brasil, o que pode ser

relacionado a dificuldade de acesso aos serviços públicos de saúde, incapacidade de atender a demanda e a falta de conhecimento das mulheres sobre o autoexame (COUTO et al. 2016).

Segunda INCA (2017) desde de que o outubro rosa começou a ser celebrado no Brasil, ele vem sendo associado a mensagens chave de conscientização, entre eles a realização de mamografias de rastreamento, sendo, aquelas feitas de rotina que não possuem sinais e sintomas, é realizada apenas para precaução. Mesmo com toda evolução e tecnologia a mulher continua a ter papel fundamental no diagnóstico precoce do câncer de mama. Devido a isso estimula-se que a mulher faça o autoexame no seu dia a dia, sem ser necessário muita técnica específica, e fique atenta a ao aparecimento de nódulos fixos e indolor, pequenos nódulos nas axilas e pescoço, alterações na pele e no mamilo, e saída de líquido anormal das mamas. Cerca de um em cada sete casos de câncer de mama durante a menopausa no Brasil, pode ser concedido ao excesso de gordura corporal. De acordo com estimativas é possível evitar 28% dos casos com atividade física, alimentação saudável e massa corporal adequada. Outro fator protetor e a amamentação e deve ser estimulada. Referente a reposição hormonal,

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

3.1 Tipos de pesquisa

Este trabalho tratou-se de uma pesquisa de campo, exploratória, com abordagem qualitativa quantitativa com auxílio de questionário e prática de maquiagem em mulheres que possuem ou já possuíram o câncer de mama. O mesmo foi dividido em duas partes, a princípio realizou-se a pesquisa bibliográfica abordando temas como câncer de mama, maquiagem, auto estima e beleza e em seguida a segunda parte, onde foi realizado a pesquisa de campo com práticas de maquiagem em mulheres com o câncer de mama. Os utensílios que foram utilizados na pratica são; a base, corretivo, blush, pó compacto, lápis para os olhos, sombra de sobancelha, rímel, delineador, cílios, sombras, pinceis, batons, primer, cotonete demaquilante e máquina fotográfica.

A pesquisa de campo de acordo com Gil (2002), é um aprofundamento das ideias elaboradas de um grupo específico, predominando fatos constatados. Diferente da pesquisa de campo a exploratória não exige elaboração de hipóteses para serem analisadas, limitando-se a delimitar objetivos e acrescentar informações sobre determinado assunto escolhido (CERVO; BERVIAN; SILVA 2007). De acordo com Silverman (2009), a pesquisa qualitativa é utilizada para constatar como as estatísticas são recolhidas e estudadas individualmente.

Para Xavier (2011) a pesquisa quantitativa onde utiliza ferramentas, aparelhos e equipamentos para garantir a medição precisa, quantificação indubitável dos dados para posterior análise. Os resultados numéricos obtidos são entabulados apresentados em quadros com valores estatísticos.

Raupp e Beuren (2009) indagam que diferente de uma pesquisa qualitativa, a quantitativa, identifica-se pelo emprego de instrumentos estatísticos, tanto na coleta quanto na interpretação de dados.

3.2 População e amostra

A população deste trabalho foi a Rede Feminina de Combate ao Câncer de Sinop (REFECCS) e a amostra foi constituída por 07 mulheres de diferentes idades que possuem ou já possuíram o câncer de mama.

3.3 Coleta de dados

Para a realização dessa pesquisa foi aplicado um questionário com 13 perguntas fechadas (APENDICE A), elaboradas pela pesquisadora com as seguintes variáveis: a) auto estima, b) satisfação com uso da maquiagem e c) beleza e câncer de mama. A coleta ocorreu no mês de setembro de 2018 onde foi selecionado 07 mulheres por conveniência que aceitaram assinar o termo de Consentimento Livre e Esclarecido (APENDICE B). Para a revisão bibliográfica foram utilizados artigos originais publicados entre os anos de 2000 a 2018, a partir das buscas nos bancos de dados do *Scientific Electronic Library Online* (SciELO), documentos oficiais de programas nacionais e internacionais, anais eletrônicos, livros e publicações em revistas com abordagem voltada a estética e auto estima e câncer de mama.

A maquiagem nas participantes da pesquisa foi realizada no dia 26 de setembro de 2018 na clínica de Estética da Faculdade Fasipe no período das 13:30 as 17:00hrs, antes da realização da maquiagem as participantes assinaram o Termo de Autorização de uso de Imagem e o Termo de Consentimento Livre Esclarecido. Para a realização da maquiagem ocorreu a participação da Pâmila Sabrina e Letícia Ramos também acadêmicas de estética e cosméticos matriculada na instituição de ensino superior, a orientadora Silmara A. Bonani de Oliveira esteve presente no laboratório de maquiagem para acompanhar todo procedimento executado da pesquisa.

De início foi feito a recepção das convidadas, logo após elas foram encaminhadas até a sala de maquiagem da clínica de estética da faculdade Fasipe, três das primeiras participantes foram acomodadas na cadeira própria de maquiagem as demais ficaram sentadas em cadeiras comuns aguardando por sua vez. Antes de iniciar a maquiagem nos vestimos com o jaleco e EPI'S (luvas, toucas e máscaras), também foi feito a inclinação do encosto da cadeira a qual as participantes estavam sentadas para maior conforto durante o procedimento.

Antes de iniciar a maquiagem foi feito a preparação da pele dando início com a higienização da mesma, utilizando-se do sabonete 3 em 1 da *Mary kay*® que já possui a função de limpar e tonificar a pele, em seguida foi aplicado o hidratante facial da Nivea® que

combate a oleosidade e tem rápida absorção, e por fim foi passado o primer da *Make B*® que ajuda a uniformizar a pele.

Existem três etapas muito importantes no processo de limpeza de pele, sendo eles a higienização, tonificação e hidratação. Este processo deve ser realizado toda vez antes e depois de uma maquiagem. A higienização é a limpeza diária da pele utilizada para remoção de células mortas, secreções sebáceas e impurezas, neste processo a água pode ser utilizada juntamente com um sabonete apropriado para cada tipo de pele. A tonificação é feita após a higienização da pele e antes da hidratação, tem a função de firmar a pele e reduzir o tamanho dos poros, auxilia na remoção de resíduos dos leites ou loções de limpeza em geral, já a hidratação tem o objetivo de aumentar a quantidade de água na pele, deixar a mesma mais suave, amenizar sintomas de prurido e proporcionar a hidratação (OLIVEIRA et al., 2014).

Foi dado início a maquiagem pela pele, utilizando-se de base da *Mary Kay*® com a cor de acordo com a tonalidade de pele de cada uma, para aplica-la no rosto foi utilizado a esponja de maquiagem em formato de gota e triângulo marcas variadas, e pincel língua de gato da *Mary kay*® e *Vult*®, após fazer a espalhabilidade da base foi feito a aplicação do corretivo da *Makiê*® e *Ruby Rose*®, e espalhado com o auxílio da esponja de maquiagem formato triângulo, em seguida aplicado o pó compacto translucido da *Mary Kay*® e *Zanphy*®. Para o contorno do rosto foi usado o pó de contorno da *Makiê*® e *Luisance*® utilizando-se de pincéis próprios para contorno de cada região da face. Para dar cor ao rosto foi utilizado o blush da *Makiê*®, *Mac*® e da *Contém Ig*® e pincéis da *Vult*®, *Mac*® e *Make B*® e para finalizar a pele o iluminador da *Mac*® e da *Mary kay*®, aplicados em determinadas áreas para maior destaque.

Após realização da maquiagem na pele foi feito as sobrancelhas com o auxílio do pincel chanfrado da *Vult*®, *Mary kay*® e sombra de Sobrancelhas da *Mary kay*® e da *Ruby Rose*® e para definir o contorno das sobrancelhas foi aplicado o corretivo em volta da mesma.

Para maquiar os olhos utilizou-se de sombras da *Catharine hil*®, *Pur*®, *Atelier Paris*®, e *Naked*® a cor da sombra escolhida foi de acordo com o gosto de cada participante. Para aplicação das sombras usou-se pinceis da *Mary Kay*® e *Vult*® para depositar o produto e esfumar. Em seguida foi passado o delineador em gel *Inglot*® e *Mary Kay*®, cílios postiços, cola de Cílios *Macrilan*®, máscara de cílios *Maybellinee*®, *Vult*® e *Revlon*® finalizado com batom líquido matte da *Makiê*® de acordo com o gosto de cada uma.

3.4 Delineamento Experimental

Na análise dos dados utilizou-se o programa Sisvar ® 5.6, e para a análise de variância (ANOVA) sem transformação de dados. As porcentagens foram agrupadas e diferenciadas pelo Tukey, a 5% de significância. Com a finalidade de facilitar o entendimento dos resultados, foi utilizado o programa Word® versão 2010 e Excel® versão 2010 na elaboração das tabelas e gráficos.

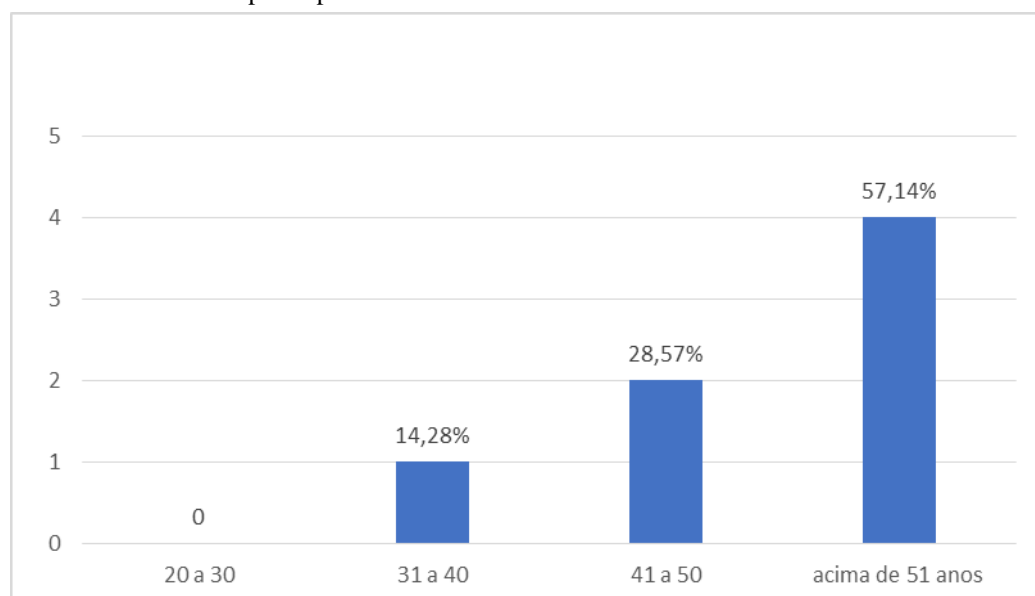
3.5 Aspectos Éticos

Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, conforme recomendação da lei 196/96 do Conselho Nacional de Saúde da participação dos pacientes que autoriza a realização da pesquisa.

4. ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DE DADOS

O presente trabalho desenvolveu um estudo com mulheres da Rede Feminina de Combate ao Câncer de Sinop - MT (REFECCS) que estão em fase de tratamento do câncer de mama ou já possuíram a doença, com a finalidade de analisar a influência da maquiagem na autoestima de mulheres com câncer de mama. Através da aplicação de questionário foi possível verificar quanto a faixa etária das 07 mulheres entrevistadas 57,14% (n=4) apresentaram-se acima de 51 anos de idade, 28,57% (n=2) de 41 a 50 anos, e 14,28% (n=1) de 31 a 40 anos de idade (Figura 3). Com base nos dados analisados observa-se que maior parte das participantes da pesquisa possui a idade acima de 51 anos, sendo possível verificar que a doença se desenvolve numa idade mais acentuada.

Figura 3 - Perfil da idade das participantes



Fonte: Própria (2018)

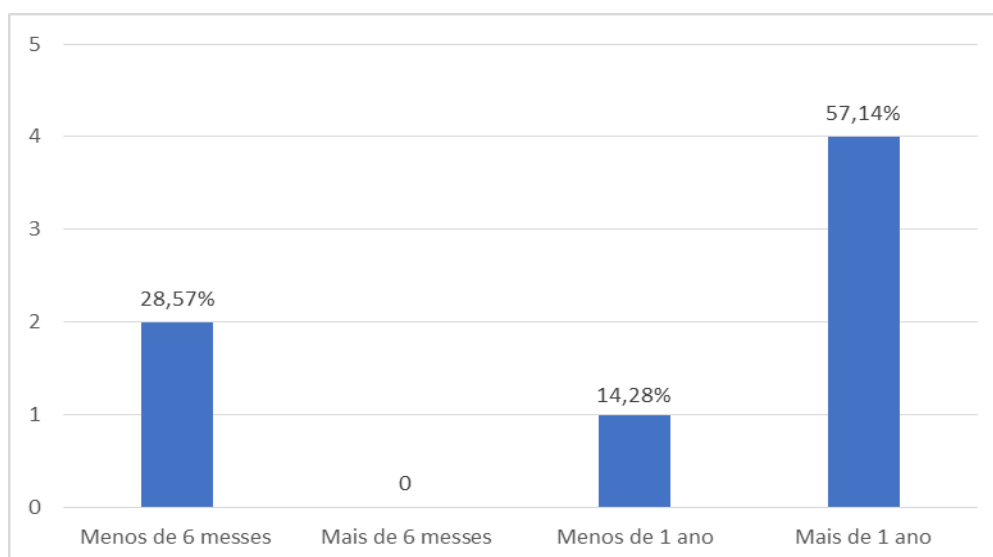
Em busca da autoestima e satisfação ao se olhar no espelho e ver sua imagem, as mulheres procuram tratamentos estéticos para aumentar sua confiança, já que o sexo feminino

percebe cada detalhe, principalmente aqueles que lhe trazem algum tipo de incômodo (VENTURINE; SILVA; GONÇALVES, 2017). Diante disso, Nunes et al. (2001) enfatiza que, a auto percepção da imagem corporal pode ser uma aliada significativa na melhora da autoestima.

O câncer de mama é uma doença que até o momento, não há como ser evitada, porem através de pesquisas alguns fatores de riscos já foram detectados, o que pode colaborar no descobrimento precoce da doença. Alguns dos fatores mais comuns é a idade da mulher e históricos familiar, isto é, possuir parentes de primeiro grau com o câncer de mama. A faixa etária de 40 a 69 anos se realça como a de maior prevalência de adoecimento e consequentemente morte (MATOS; PELLOSO; CARVALHO, 2010).

Quanto ao tempo de descobrimento da doença 57,14% (n=4) afirmaram ter descoberto a patologia a mais de 1 ano, 28,57% (N=2) a menos de 6 meses e 14,28% (N=1) a menos de um ano (FIGURA 4). Pode-se observar que mais da metade das mulheres possuem a doença e estão em tratamento a mais de um ano.

Figura 4 - Perfil dos anos de descoberta do câncer de mama



Fonte: Própria (2018)

Embora seja um assunto delicado de se tratar, falar claramente sobre o câncer pode auxiliar no esclarecimento de dúvidas frequentes. Segundo INCA (2015) Instituto nacional de Câncer José Alencar Gomes da Silva, um em cada três casos de câncer pode ser curado quando descobertos no início, entretanto muitas pessoas por medo ou por ignorância, optam por não falar sobre o assunto, tardando o diagnóstico da doença. Alguns tipos de câncer dentre eles o de mama, apresentam sinais e sintomas logo na sua fase inicial. Quando descobertos

precocemente podem ser tratados a tempo, reduzindo a mortalidade e possibilitar melhores resultados na fase de tratamentos.

Devido à falta de conhecimento de muitas mulheres em relação aos fatores de riscos do câncer de mama, a demora para procurar um médico, seja por medo do diagnóstico ou por negação da doença faz com que o número de casos novos e de mortalidade aumente gradativamente, tornando esta patologia um sério problema de saúde pública. O câncer de mama não apresenta apenas um problema patológico em si, mas também a fragilidade da mulher na fase de descobrimento, aceitação e tratamento da doença (ARAÚJO; FERNANDES, 2008).

Quando as participantes da pesquisa foram questionadas quanto ao uso da maquiagem, 57,14% (n=4) disseram já fazer o uso da mesma antes da descoberta da doença, 28,57% (n=2) não faziam o uso da maquiagem e 14,28% (n=1) se maquiava às vezes (Tabela 1). De acordo com os dados podemos observar que antes do descobrimento da doença quatro das sete entrevistadas já faziam o uso da maquiagem com frequência.

Tabela 1 - Percepção de maquiagem, aparência, tratamento estético das entrevistadas.

Variável Pergunta – Parte I	Variável Resposta – Parte I			
	SIM (n) %	NÃO (n) %	ÁS VEZES (n) %	DEPENDE DA OCASIÃO (n) %
Antes da descoberta do câncer você fazia o uso de maquiagem	(4) 51,14	(2) 28,57	(1) 14,28	(*)
Você se preocupa com a sua aparência	(6) 85,71	(0) 0	(*)	(1) 14,28
Com respeito a beleza, você faz o uso de maquiagem	(4) 57,14	(1) 14,28	(*)	(1) 14,28
Você acha que á alguma relação entre os tratamentos estéticos e auto estima de mulheres com câncer de mama?	(7) 100	(0) 0	(*)	(*)
Você acredita que a maquiagem ajuda a valorizar a beleza das mulheres, independentemente de qual fase de tratamento está	(7) 100	(0) 0	(*)	(*)
Na sua opinião, o uso da maquiagem é importante para enfrentar a doença e não mostrar sua fragilidade frente ao câncer de mama?	(5) 71,42	(2) 28,57	(*)	(*)

Fonte: Própria. (2018) (*). Não essa resposta no questionário

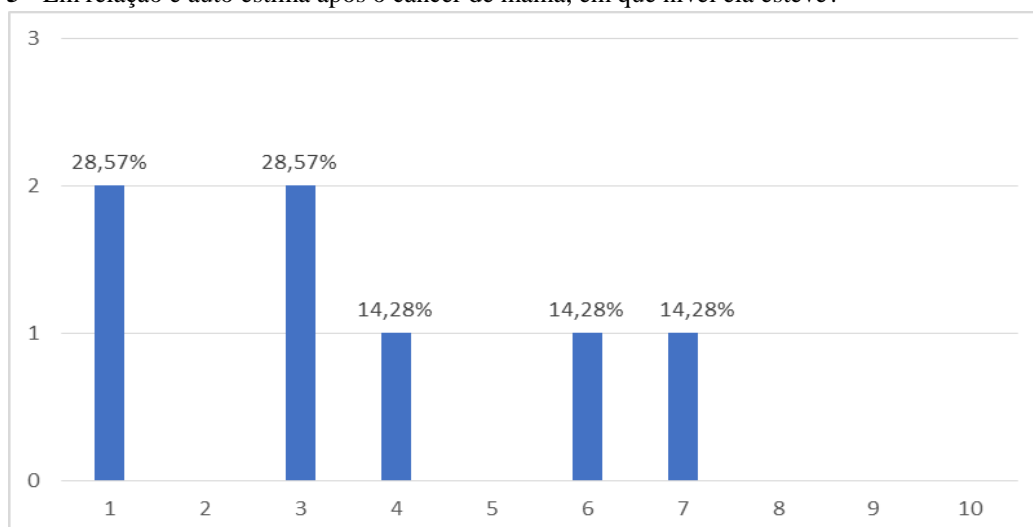
Nos dias atuais é de suma importância o conhecimento sobre às informações adequadas do câncer de mama, suas consequências e as diversas intervenções estéticas que

promovem a melhora da autoestima, proporcionando a adaptação e enfrentamento da doença. Por meio do avanço da tecnologia, os meios de comunicação tornaram-se ferramentas fundamentais para interação de pessoas portadora dessa patologia, pois utilizam-se da mesma para se comunicarem e trocarem experiências de vida, relatos do cotidiano e esclarecerem dúvidas frequentes. Assim como a tecnologia vem se inovando e modernizando a estética vem trazendo novas técnicas de maquiagens e micropigmentação nas áreas afetadas pelo câncer que concebem aceitação do seu próprio corpo, melhora na autoestima e confiança (SOUZA et al., 2017).

É interessante ressaltar que a maquiagem é composta de produtos de diversas cores e formas cosméticas que tem como principal objetivo o embelezamento da pele e o cobrimento de possíveis imperfeições, destacando as melhores qualidades da face de quem a utiliza, no entanto não é possível limitar os benefícios da maquiagem como sendo somente uma ferramenta de embelezamento, pois além de proporcionar bem-estar, auxilia no aumento da autoestima e autoconfiança (REBELLO, 2016).

Antes da realização da maquiagem as participantes foram questionadas em relação a auto estima após a descoberta do câncer de mama 28,57% (n=2) disseram ter chegado ao nível 1, 28,57% (n=2) afirmaram estar com sua autoestima no nível 3, 14,28% (n=1) nível 4, 14,28% (n=1) nível 6 e 14,28% (n=1) estaria com sua autoestima no nível 7 (FIGURA 5). Observa-se que mais de 50% das entrevistadas esteve com sua autoestima abaixo do nível 5 após a descoberta do câncer de mama.

Figura 5 - Em relação e auto estima após o câncer de mama, em que nível ela esteve?



Fonte: Própria (2018)

A auto estima pode ser apontada em alta, média ou baixa. A auto estima alta gera na pessoa confiança e faz a mesma sentir-se adequada a vida, acreditar na sua competência e no

seu valor, ter pensamentos positivos e desenvolver habilidades para lidar com desafios diversos, diferente da autoestima média que faz a pessoa sentir-se adequado ou inadequado as coisas e pessoas ao seu redor provocando dúvidas e incertezas sobre si mesmo. Uma pessoa com auto estima baixa carrega em si sentimentos de inferioridade, menos valia, insegurança, medo do novo, são indivíduos mais sensíveis a críticas e com postura defensiva. Quanto maior for a auto estima mais preparado a pessoa estará para lidar com as dificuldades da vida e adversidades do mundo (GOMES; SILVA, 2013).

Ainda segundo os mesmos autores, o câncer de mama desestrutura a mulher com intuito de transferir para sua convivência a incerteza sobre a vida, a dúvida a respeito do tratamento e a possibilidade de recorrência da doença. Logo após o diagnóstico, é comum as mulheres sentir-se com sua identidade feminina questionada, visto que, a mama é um atributo da beleza corporal, da feminilidade, fertilidade e da saúde da mulher. Cada uma necessita de seu próprio tempo para aprender a lidar com as consequências e tratamentos após o diagnóstico prescrito, a personalidade da mulher é uma característica que irá condicionar sua forma de enfrentamento da doença e de modo consequente o seu bem-estar. As mulheres com maior estabilidade emocional, autoconfiança, pensamentos positivos e com grandes níveis de autoestima terão maiores resultados no tratamento e estarão mais propensas ao bem-estar (GOMES; SILVA, 2013). Com relação ao uso da maquiagem 57,14% (n=4) das participantes da pesquisa disseram fazer o uso da maquiagem, 28,57% (n=2) faz o uso dependendo da ocasião e 14,28% (n=1) não utiliza maquiagem conforme relata a (Tabela 1).

A vaidade pertence a cultura das pessoas desde a constituição da humanidade. Com a modernidade o uso e a transformação por meio da maquiagem se intensificaram. No século atual a comunicação é baseada na imagem ficando evidente sua importância para a vida das pessoas, pode gerar sentimentos e impressões tanto positivas quanto negativas, e devido a esses sentimentos as pessoas buscam cada vez mais novas alternativas para recuperar sua autoestima, uma delas é a maquiagem (SCHNEIDER; REIS; THIVES, 2010).

Nos dias atuais a maquiagem é mais um dos diversos cuidados existentes com a pele, beleza e o bem-estar. O seu uso proporciona elevação da autoestima, vantagens sociais e a criação de uma identidade mais feminina, que transparece uma imagem de satisfação e confiança (ABDALA, 2008).

Em relação a valorização da beleza da mulher com o uso da maquiagem durante tratamento de câncer de mama, 100% das entrevistadas (n=7) afirmaram acreditar que a maquiagem auxilia na valorização da beleza e autoestima. Na opinião de 71,42% (n=5) das

mulheres a maquiagem é importante para enfrentar o câncer de mama disfarçando sua fragilidade perante a doença, já 28,5% (n=2) revelaram não haver importância (Tabela 1).

A principal finalidade da maquiagem cosmética é de destacar os detalhes mais belos da face, valorizando a imagem pessoal, corrigindo imperfeições obtendo como resultado o melhoramento da autoestima, fazendo com que a mulher se sinta mais admirada e feminina. O uso da maquiagem favorece a auto estima e as relações sociais dessas mulheres portadoras do câncer de mama, que vivem diversas trocas de experiências. É a partir de então que se descobre que enquanto existe vaidade, também existe vida (SOUZA et al., 2017).

Devido a modernidade a mulher sempre busca estar atualizada com a moda e as novidades do momento, produzindo sua opinião por meio da mídia, que apresenta diversas sugestões para o melhoramento de sua aparência, gerando a necessidade de consumo. Nos dias atuais a moda inicia-se com a roupa e é finalizada com variados apetrechos e acessórios, incluindo recursos para pele, o mais utilizado vem sendo a maquiagem (FERRAZ; YABRUDE; THIVES, 2011).

Após serem maquiadas as participantes responderam novamente um questionário sobre a percepção do sentimento sobre a maquiagem a beleza e auto estima onde os resultados estão apresentados na (Tabela 2). Quando as participantes da pesquisa foram questionadas quanto a preocupação com sua aparência 87,71% (n=6) disseram se preocupar com a mesma e 14,28% (n=1) afirma que a preocupação depende da ocasião.

Tabela 2 - Percepção sobre o sentimento de beleza após serem maquiadas

Variáveis Perguntas Parte II	Variáveis Respostas Parte II					
	SIM (N) %	NÃO (N) %	Não sei responder (N) %	Satisfeita (N) %	Sente-se mais confiant e (N) %	Satisfeita (N) %
Você está se sentindo bonita	(5) 71,42	(1) 14,28	(1) 14,28	(*)	(*)	(*)
Em relação a maquiagem realizada, como você se sente	(*)	(*)	(*)	(6) 87,71	(1) 14,28	(1) 14,28
Pretende fazer a maquiagem mais vezes por ter influenciado na autoestima	(7) 100	(0) 0	(0) 0	(*)	(*)	(*)

Fonte: Própria (2018), (*). Não tinha essa resposta no questionário

O aumento de mulheres ingressantes no mercado de trabalho, da luta pela aceitação, da competição e da discriminação na sociedade em determinadas situações, gerou nas mulheres preocupação com sua aparência, estimulando o seu lado vaidoso. Mulheres de

diversas classes sociais avaliam sua aparência física baseando-se no que a sociedade considera atraente, valioso e significativo. A percepção de um indivíduo sobre si mesmo pode ser afetada por opiniões da sociedade sobre seu corpo, ou seja, um corpo que está dentro dos padrões expostos e ditos como desejável tem maior valor no mercado, em contrapartida a mulher que não apresenta um corpo conforme ao padrão de beleza acabam se tornando vulneráveis a vivenciar a insatisfação e baixa autoestima (AVELAR; VEIGA, 2011).

Quando questionadas sobre a possível relação dos tratamentos estéticos, autoestima e câncer de mama, 100% (n=7) das participantes afirmaram que existe sim esta relação. Mediante o resultado encontrado nota-se a importância da estética no tratamento de mulheres com câncer de mama.

O principal fator que interfere na baixa ou alta autoestima da mulher está relacionado aos parâmetros que a sociedade impõe para identificação e caracterização do corpo perfeito. A sociedade valoriza o corpo perfeito como algo essencial para o sucesso e atração sexual e observa-se isso através dos meios de comunicação, onde se utilizam de corpos esculturais para venda e divulgação de diversos produtos, além do crescimento considerável do número de cirurgias plásticas, dentre eles a de implante de silicone. Neste caso, a mastectomia pode provocar resultados importantes na vida da mulher devido as modificações estéticas decorrentes ao câncer de mama e assim, despertar novas respostas relacionadas ao próprio corpo e às demais pessoas ao seu redor (ALMEIDA, 2006).

A (Figura 6), mostra as imagens das participantes da pesquisa antes e depois da maquiagem referenciadas com (A, B, C, D, E, F e G), onde as participantes (D e F) estavam a 6 meses de tratamento por isso estavam sobre o efeito dos medicamentos e como consequência sem o cabelo. A participante (A) após o momento da maquiagem quando se olhou no espelho sua reação foi de choro, as demais ficaram bastante felizes, porém as participantes mencionadas acima que estavam em início do tratamento gostaram dos resultados mas alegou que a auto estima ainda estava em baixa “...sempre alegando que estava feia, gorda e com a pele amarelada...” ou seja fase de aceitação.

Durante a realização da maquiagem foi possível observar diversas reações, o choro da participante (A) chamou atenção, pois a mesma relatou que não se sentia bonita daquela forma a muito tempo e que realizar a maquiagem a deixou muito feliz e satisfeita, contrário da participante (D) que não demonstrou elevação da autoestima após a realização do procedimento. Percebeu-se também a amizade e companheirismo entre elas, pois as que já possuíam o câncer de mama a mais tempo estavam sempre motivando as demais que haviam descoberto a doença mais recentemente, contando suas experiências de vida, como superou as

fases do tratamento e como conseguiu recuperar a autoconfiança novamente. As participantes estavam sempre brincando e interagindo uma com a outra, fazendo piadas com a doença pois disseram que se levar a mesma ao “*pé da letra*” ficam mais doentes ainda. Algumas já mastectomizadas, afirmaram já não se importar mais com a falta da mama, e que é melhor ficar sem ela do que sem a vida.

Quando todas já estavam maquiadas, quem já tinha prática ajudou as que precisavam colocar o turbante na cabeça, alegaram que aprenderam a amarrar o turbante de diversas formas e que gostavam de brincar com o mesmo e que sempre que possível faziam algo diferente, para sair um pouco do padrão.

Com todas já prontas iniciou-se a sessão de fotos, com a auto estima elevada e sentindo-se mais belas, poses foi o que não faltou para as fotos, o antes e depois foi mostrado a algumas participantes e elas ficaram surpresas com a mudança. Após a finalização das fotos dentro da clínica de estética as voluntárias foram para o Jardim da Faculdade aproveitar que estavam mais bonitas e autoconfiantes para tirar mais fotos, registrando aquele momento que para elas foi tão importante.

Neste dia pode-se aprender muito sobre a vida sobre a força de vontade de cada uma delas, contaram-se histórias tristes mais também histórias muito emocionantes de fé e superação e que a família tem uma participação muito positiva em relação ao enfrentamento da doença. Após o termino da maquiagem nas participantes foi possível ver a satisfação na face delas, isso foi muito gratificante.

A família acaba se tornando uma fonte importante de apoio a mulher durante o período de descobrimento, aceitação e tratamento do câncer de mama, deve participar ativamente no enfrentamento da doença, sempre motivando-a e jamais perder a esperança. A participação da família durante estas fases é caracterizada como uma situação de empatia, onde as limitações e necessidades da paciente devem ser compreendidas, uma vez que, vários sentimentos expressos pela mulher em relação a doença constituem-se em como são vistos e recebidos pelos familiares. Sendo assim, o afeto familiar acarreta estabilidade emocional, e é tido como apoio para o enfrentamento da doença (SANTOS et al., 2017).

Figura 6 – Antes e depois da maquiagem



Fonte: Própria 2018

Existe o Período de aceitação que é a reação frente ao diagnóstico de câncer de mama, depende das variáveis de tratamento, das características de personalidade de cada paciente e de sua interação com a enfermidade. Após a descoberta da doença e depois de muitas vezes relutar contra esta ideia, a mulher vai a procura de um médico, na esperança, mesmo que pequena de que o diagnóstico passado tenha sido falso e que não exista nenhum tumor maligno. Então é submetida a diversos exames tanto radiológicos quanto físicos, entre eles a mamografia e ultrassonografia das mamas para uma completa avaliação. Porém havendo confirmação do câncer de mama, a mulher passa por diversas fases de conflito interno que se dá desde a negação da doença não acreditando que tem o câncer e ficando em estado de choque com a informação que lhe foi passada, neste período a mulher passa a

procurar diversos profissionais na esperança de encontrar um diagnóstico diferenciado, até a fase de aceitação, onde inicia-se a procura por tratamentos (MALUF; MORI; BARROS, 2015).

De acordo com a (Tabela 3), referente ao nível de autoestima das participantes antes e depois da maquiagem percebe-se que as duas participantes que disseram estar com a auto estima no nível 1 antes da realização da maquiagem permaneceram com a auto estima no mesmo nível após a realização da mesma. Observou-se também que ambas descobriram o câncer de mama a menos de 6 meses, ou seja, estão em tratamentos quimioterápicos que ocasionam sintomas como queda de cabelo, pele amarelada e também psicológico abalado que afetam diretamente a auto estima das mulheres na fase inicial de tratamento.

A auto estima é considerada a autopercepção que a pessoa tem de si mesmo, podendo ser tanto positivas quanto negativas, varia de acordo com as experiências vividas, sejam elas emocionais, sociais ou psicossomáticos, tornando-se necessário avaliar os cuidados estéticos através de oficinas de maquiagem que influenciam diretamente na autoestima e autoimagem das mulheres (BRUM; MARAVIESKI; BERTIM, 2013).

Quando questionadas se estavam se sentindo bonitas após a realização da maquiagem, 71,42% (n=5) responderam que sim, 14,28% (n=1) disse não saber responder e 14,28% (n=1) disse não estar se sentindo bonita.

A busca pela perfeição sempre foi uma peculiaridade da essência humana e uma inquietude da sociedade. A maioria das classes sociais tem acesso a procedimentos estéticos, fazendo com que a beleza deixe de ser herança genética e se torne uma opção de escolha. Quanto mais se avança com tratamentos na estética, menos satisfeitas ficam as pessoas, buscando sempre mais procedimentos para transformar sua beleza e aumentar sua autoestima (BORBA; THIVES, s/d).

Nos dias atuais o rosto é tido como uma forma de identidade, sendo que, todas as ações que visam o seu melhoramento se ampliam, enquanto o corpo é visto como um veículo que expressa às características do ser humano como um cartão de visita. A facilidade de acesso aos investimentos estéticos acompanhados de conhecimento convence as pessoas que beleza pode ser adquirida (SANTOS, 2014).

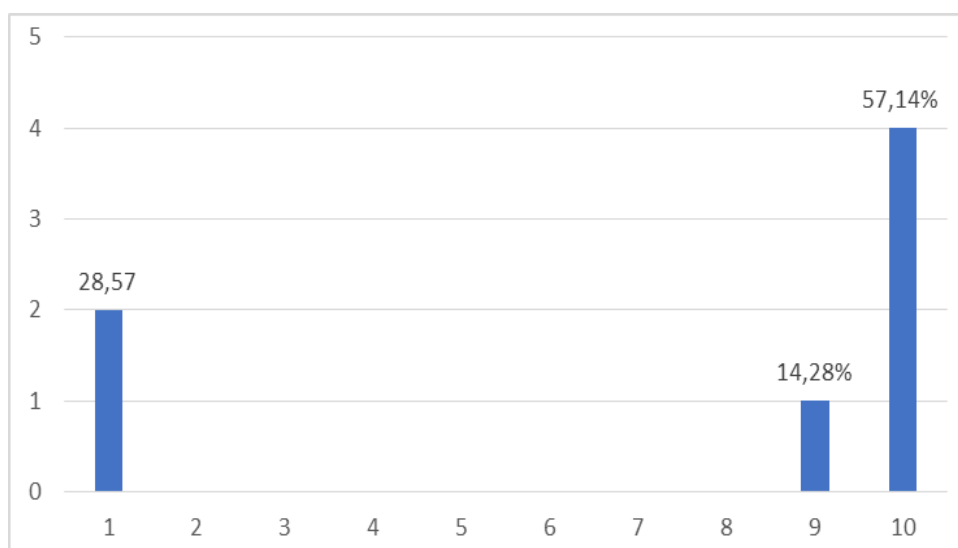
O cuidado com a beleza é alvo das atenções de todas as pessoas, e essa preocupação com a aparência vem crescendo a cada dia. O ser humano julga o padrão de beleza embasado na cultura adquirida, nos hábitos do local onde se convive e pelos meios de comunicação, que também influenciam consideravelmente nesta questão, visto que, para se comparar é necessário ter um modelo e esse é exatamente o parâmetro proposto pela mídia. Ser bela é ser

bela por inteiro, no interno e no conteúdo e ser sábio é valorizar todo o conjunto, num modo geral. Pois a beleza física é apenas fonte de atração que acaba com o passar do tempo, mas a beleza interior é conquistada aos poucos e de fonte interminável (VEIGA, 2006).

Para desenvolver uma boa autoestima é necessário trabalhar a ideia de que somos capazes de viver, sermos merecedores da felicidade e conseqüentemente aptos a enfrentar a vida com mais confiança, otimismo e boa vontade, o que colabora no alcance de metas e objetivos. Desenvolver a auto estima é aumentar a capacidade de ser feliz, se isso for compreendido é possível entender o fato de que melhorar a auto estima é benéfico para todos. Quanto maior for a auto estima, mais bem preparado o individuo estará para lidar com as adversidades da vida e quanto mais flexíveis forem, mais aptos estarão para resistir a pressão externa. A capacidade que todos têm de desenvolver uma autoconfiança e o auto respeito é inerente a natureza humana, pois o conhecimento é a fonte principal da competência, e o simples fato de se haver vida é o suficiente para lutar pela sua felicidade e pelo que há de melhor no mundo (BRANDEN, s/d).

Após a realização da maquiagem, também novamente teve o questionamento sobre o nível de auto estima naquele momento, 57,14% (n=4) disseram estar com a auto estima no nível máximo, 14,28% (n=1) no nível 9 e 28,57% no nível 1 (FIGURA 7). Observou-se que as mesmas participantes que afirmaram estar com a auto estima no nível 1 após a descoberta do câncer de mama conforme figura 6, mesmo após a realização da maquiagem o nível de auto estima não foi alterado, permanecendo o mesmo.

Figura 7: Nível de auto estima neste momento



Fonte: Própria (2018)

Para MENDES et al., (2012) o autoconceito é o que cada indivíduo pensa sobre si, enquanto a autoestima se designa como o amor e a valorização que cada qual tem por si mesmo. Já para SCHULTHEISZ, APRILE (2013) a autoestima está inteiramente relacionada ao quanto o indivíduo está satisfeito ou insatisfeito em relação aos acontecimentos vivenciados. Quando sua exposição é positiva normalmente o sujeito sente-se confiante e valorizado pela sociedade.

A baixa autoestima acarreta uma série de problemas emocionais, dentre eles a bulimia, depressão, déficit de atenção e carência afetiva. São diversos os transtornos psicológicos ocasionados devido a desvalorização pessoal. A autoestima desempenha um papel fundamental na vida do ser humano, pois ela é responsável pelo equilíbrio emocional (REPULA; EMILIANO, 2016).

Após a realização da maquiagem 87,71% (n=6) participantes disseram estar satisfeita com o resultado e 14,28% (n=1) afirma sentir-se mais confiante (Tabela 2). E quando questionadas se fariam a maquiagem mais vezes 100% (n=7) responderam que sim. Com base nos dados analisados observa-se que houve uma grande satisfação por parte das participantes referente ao procedimento realizado e que se surgindo outras possibilidades fariam o procedimento novamente.

Avaliação do nível de autoestima das participantes foram significativas entre si com ($p \geq 5\%$) pela análise de variância ANOVA onde foram agrupados pelo teste de Tukey a entrevista antes e depois do procedimento. Onde após a maquiagem houve aumento da autoestima as participantes e as que estavam na fase de aceitação permaneceram.

Tabela 3 - Avaliação estatística do nível do auto estima das participantes da pesquisa antes e após a maquiagem.

NÍVEL AUTO ESTIMA	ANTES (%)	DEPOIS (%)
1	28,57A	28,57B
2	0C	0D
3	28,57A	0D
4	14,28B	0D
5	0C	0D
6	14,28B	0D
7	14,28B	0D
8	0C	0D
9	0C	14,28C
10	0C	57,14A
MÉDIA	1,27	0,70
C.V.	0,0	0,0
P ($\geq 5\%$)	0,0	0,0

Fonte: Própria (2018) Mesma letra Maiúscula seguida na coluna não se diferem. Teste de separação Tukey (5%).

Quando se trata de procedimentos estéticos nota-se com regularidade a fragilidade emocional dos clientes, que na maioria das vezes encontram-se emocionalmente debilitados. A busca por esses tratamentos está na vontade de melhorar a aparência e a autoestima em consequência, melhorar a qualidade de vida (AURICCHIO, 2004).

Para muitas mulheres a maquiagem é uma forma de melhorar a aparência, disfarçar imperfeições, garantir um lugar na sociedade além de aumentar sua autoestima, pois sentindo-se bem consigo mesma acreditam estar mais próximas do padrão perfeito que a sociedade exige, tendo mais oportunidade de sucesso (SANTOS, 2014).

O principal objetivo da maquiagem não é de mascarar o indivíduo nem enquadrar todos os rostos como muitos pensam em um padrão de beleza natural, e sim ressaltar as qualidades já existentes na face. Destacando os pontos fortes de cada pessoa individualmente e também amenizar as imperfeições e defeitos, com o intuito de proporcionar harmonia e simetria na face (DUTRA; PONTES, 2018).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O trabalho realizado mostrou que os objetivos específicos foram alcançados com êxito, pois foi possível detectar o nível de autoestima das participantes após a descoberta do câncer de mama e também o seu grau de satisfação após a realização da maquiagem conforme mostrado na pesquisa. Com relação a autoestima, todas as participantes e análise estatística confirmam que há relação entre os procedimentos estéticos e a elevação da mesma em mulheres em tratamento do câncer de mama, e acreditam que a maquiagem ajuda a valorizar a beleza feminina durante este período, e ao realizar a maquiagem se sentiram mais seguras e confiantes, aptas a enfrentar os desafios do dia a dia.

Entretanto, fica evidente através desta pesquisa a grande importância da estética e dos profissionais da área para autoestima e bem-estar das pessoas, pois cuidar-se é indispensável para saúde, bem-estar e contentamento do indivíduo. Observa-se também a grande influência da esteticista, que devido ao trabalho realizado vem conquistando espaço nas equipes multidisciplinares da área da saúde assumindo compromisso com tratamentos personalizados e dominando aparelhos de alta tecnologia. É fundamental ressaltar que, as participantes declararam estar satisfeitas com a maquiagem realizada e que pretende fazê-la mais vezes pelo fato da mesma ter influenciado diretamente na autoestima lhe proporcionando bem-estar e autoconfiança.

Conclui-se então que foi possível expandir o conhecimento sobre a maquiagem transformadora, que pode modificar o olhar, a expressão facial e elevar a autoestima de mulheres em tratamento de câncer de mama, visto que, se os benefícios da estética são tão válidos, tão enriquecedores para uma pessoa saudável imagine para aquelas que estão diante de um sofrimento tão grande como o câncer. A estética pode ser algo muito mais que apenas beleza, ela é, cuidado, é carinho, é amor. Amor pela profissão, amor ao próximo amor ao ser humano.

Os tratamentos realizados não transformam apenas o físico, ela transporta barreiras, acalma corações, promove a autoestima gerando mais confiança a pessoas portadoras do câncer de mama, lhe acarretando um maior conforto e bem-estar.

REFERÊNCIAS

- ALVES, Camila de Souza; LUCCHESI-CHEUNG, Thelma. *Comportamento feminino em relação ao corpo: percepções, cobranças e métodos de construção do corpo perfeito*. Comunicação e mercado/ UNIGRAN – Dourados –MS, vol. 01, n.04, p.84-97, jan-jul 2013. Disponível em < <http://www.unigran.br/mercado/paginas/arquivos/edicoes/4/8.pdf> > Acesso em 24 março 2017.
- ANVISA, 2005. Disponível em <http://portal.anvisa.gov.br/documents/10181/2867685/RDC_07_2015_.pdf/c2a1078c-46cf-4c4b-888a-092f3058a7c7> Acesso em 20 maio 2018.
- ARAÚJO, Iliana Maria de Almeida; FERNANDES, Ana Fátima Carvalho. *O significado do diagnóstico do câncer de mama para a mulher*, 2008. Disponível em <<http://www.scielo.br/pdf/ean/v12n4/v12n4a09>> Acesso em 24 outubro de 2018.
- SOUZA, Analice Mascarenhas de; LUCAS, Bruno Luiz Vieira; VALE, Carla Prissyla de Souza; SILVA, Cleide Mikaele Cavalcante. *Florescer: Promovendo a autoestima em mulheres com câncer de mama* 2017. Disponível em <http://www.editorarealize.com.br/revistas/conbracis/trabalhos/TRABALHO_EV108_MD1_SA4_ID1892_08052018181322.pdf > Acesso em 24 outubro 2018.
- AURICCHIO, Ana Maria. *Procedimentos estéticos: Percepção do cliente quanto ao esclarecimento para tomada de decisão*. São Paulo, 2004. Disponível em < http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0080-62342007000100002> Acesso em 10 novembro 2018.
- ASSIS, Mônica de; MELO, Maria Eduarda; PINHO, Ana Cristina. *Além do rosa, além de exames*. 2017. Disponível em <<http://www2.inca.gov.br/wps/wcm/connect/246dfd0043144346b647f7c12674aa8b/alem-rosa-alem-exames.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=246dfd0043144346b647f7c12674aa8b>> Acesso em 15 novembro 2018.
- AVELAR, Cátia Fabíola Parreira de; VEIGA, Ricardo Teixeira. *Beleza não põe na mesa? Entendendo a vaidade feminina utilizando a auto estima e a personalidade*. Rio de Janeiro, 2011. Disponível em <<http://www.anpad.org.br/admin/pdf/MKT1898.pdf>> Acesso em 25 outubro 2018.
- ABDALA, Paulo Ricardo Zilio. *Vaidade e consumo*. Dissertação de mestrado apresentado ao programa de pós-graduação em administração da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2008. Disponível em <<https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/14147/000656887.pdf?sequene>> Acesso em 26 outubro 2018.
- ALMEIDA, Raquel Ayres de. *Impacto da mastectomia na vida da mulher*. Ver SBPH v9 n.2 Rio de Janeiro 2006. Disponível em < http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1516-08582006000200007> Acesso em 28 outubro 2018.
- BARROS, Mateus Domingues de; OLIVEIRA, Rita, Patrícia Almeida. *Tratamento estético e o conceito do belo*. FASIPE 2017. Disponível em< <file:///C:/Users/MICRO/Desktop/artidos%20analise%20de%20dados/4064-13229-1-PB.pdf>> Acesso em 15 novembro 2018.

BERGAMASCO, Roselena Bazilli; TSUNECHIRO, Maria Alice. *Enfermagem e saúde da mulher: câncer de mama e auto-exame*. Narchi – Barueri - SP editora Manoele 2007, 117p.

BUAIZ, Sergio. *Multiplicando bem-estar: como desenvolver sua própria distribuição de base domiciliar ilimitada e milionária – 2º edição*. – São Paulo: Chance Network, 2015

BOCHNIK, Martina; THOMSEN, Tommy. *Táquion: A serviço do seu bem-estar*. La Herradura-España, Edições Vesica Piscis, 2005.14p

BORBA, Tamila; THIVES, Fabiana. *Uma reflexão sobre a influência da estética na autoestima, automotivação e bem-estar do ser humano*. UNIVALI, Balneário Camboriú, SC. s/d. Disponível em <<http://siaibib01.univali.br/pdf/Tamila%20Josiane%20Borba.pdf> > Acesso em 10 abril 2018.

BOHN, Giuliana Dissenha; CASSIA, Danielle de. *A satisfação com a imagem pessoal que a maquiagem proporciona*, 2014. Disponível em < <http://tcconline.utp.br/media/tcc/2017/06/a-satisfacao-com-a-imagem-pessoal-que-a-maquiagem-proporciona.pdf>> Acesso em 30 abril 2018.

BARBOSA, Ana Paula; WOLFF, Jéssica; GOIS, Thauane N. *Influência da estética na autoestima e bem-estar do ser humano*. Universidade Tuiuti do Paraná (Curitiba – PR) 2016. Disponível em < <http://tcconline.utp.br/media/tcc/2017/05/INFLUENCIA-DA-ESTETICA-NA-AUTOESTIMA-E-BEM-ESTAR-DO-SER-HUMANO.pdf>> Acesso em 18 junho 2018.

BRUM, Lucimar Filot da Silva; MARAVIESKI, Silvinha; BERTIM, Fernanda Raquel da Silva. *Influência do Visagismo e da maquiagem na autoestima de adolescentes institucionalizadas*. Disponível em <<file:///C:/Users/MICRO/Desktop/artidos%20analise%20de%20dados/grafico%2010%20i.pdf>> Acesso em 28 outubro 2018.

BRANDEN, Nathaniel. *Como aumentar sua autoestima*. Disponível em < <http://www.martinsfontespaulista.com.br/anexos/produtos/capitulos/565637.pdf>> Acesso em 28 de outubro de 2018.

CARIATTI, Nathalia. *Manual do corretivo: Saiba como usar diferentes cores e texturas ao seu favor*. Revista Marie Claire – 08. 2016. Disponível em < <https://revistamarieclaire.globo.com/Beleza/noticia/2016/02/manual-do-corretivo-saiba-como-usar-diferentes-cores-e-texturas-seu-favor.html>> Acesso em 23 maio 2018.

CAPEL, Francielle M.C.; FONSECA, Angélica F; MORAES, Énolle; CRISTINA, Noélen; GUILHERME, Rodrigo; FERNANDA, Kamilla; SHIBATTA, Lenice Souza. IV Congresso Multiprofissionais de saúde - *O poder da maquiagem para autoestima*. Disponível em < http://web.unifil.br/docs/Congresso_Multiprofissional_IV/artigo13.pdf> Acesso em 01 maio 2018.

CARVALHO, Jackeline Dias Rodrigues de. *Vaidade masculina: um estudo sobre a mudança de hábitos do homem contemporâneo*. Centro Universitário de Brasília – UniCEUB – Brasília, 2010. Disponível em <<http://repositorio.uniceub.br/bitstream/123456789/1964/2/20486748.pdf>> Acesso em 08 abril 2018.

CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Adolfo; SILVA, Roberto. *Metodologia Científica*. 6 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall,2007, 63p.

COUTO, Vanessa Brito Miguel; SAMPAIO, Bernardo Pires; SANTOS, Candice Messias Barbosa; ALMEIDA, Igor Santos Souza; SANTOS, Nicolle Guimarães Souza; SANTOS, Daniel César; COELHO, Fátima Luísa Penha; MENEZES, Tallita Anny Matos de; CORREIA, Gustavo Soares; MEDEIROS, Scarlet Cardoso; GUZMAN, Julio Lenin Diaz. *Além da mama: o cenário do outubro rosa no aprendizado da formação médica*. Ilheus – BA 2016. Disponível em <<http://www.scielo.br/pdf/rbem/v41n1/1981-5271-rbem-41-1-0030.pdf>> Acesso em 15 novembro 2018.

CURY, Augusto. *A ditadura da beleza e a revolução das mulheres*. – São Paulo: Arqueiro, 2005. 1p

DIAS, Ana Caroline Mello; EMILIANO, Silvani. *Maquiagem: aplicada para os diferentes estilos pessoais*. Universidade Tuiuti do Paraná (Curitiba -PR); 2017. Disponível em <<http://tconline.utp.br/media/tcc/2017/03/Maquiagem-aplicada-para-os-diferentes-estilos.pdf>> Acesso em 24 maio 2018.

DUTRA, Jéssica Krauss da Silva; PONTES Siegried. *Maquiagem: um recurso para promover a autoestima*. UNISUL – 2018. Disponível em < <https://riuni.unisul.br/bitstream/handle/12345/5567/corre%C3%A7%C3%A3o%20do%20tcc%20final.pdf?sequence=1&isAllowed=y>> Acesso em 10 novembro 2018.

FABBRO, Márcia Regina Cangiani; WESTIN, Úrsula Marcondes. Histórias de vida e câncer de mama: Revendo a vida. *Cienc Cuid Saúde* 2009. Disponível em < <http://periodicos.uem.br/ojs/index.php/CiencCuidSaude/article/view/9022/5008>> Acesso em 11 março 2018.

FERREIRA, V. *Estadística Básica*. 1 ed. Rio de Janeiro. SESES. 2015, 184p. ISBN: 978-85-5548-129-1.

FLORIANI, Flavia Monique; MARCANTE, Márgara Dayane da Silva; BRAGGIO, Laércio Antônio. *Autoestima e autoimagem: Relação com a estética*. UNIVALI, Balneário Camboriú-SC, 2010. Disponível em < <http://siaibib01.univali.br/pdf/Flavia%20Monique%20Floriani,%20M%C3%A1rgara%20Dayana%20da%20Silva%20Marcante.pdf>> Acesso em 01 maio 2018.

FERRAZ, Sabrina Borges; SERRALTA, Fernanda Vasconcellos. O impacto da cirurgia plástica na autoestima. *Estud. pesqui. psicol.* v.7 n.3 Rio de Janeiro dez, 2007. Disponível em <http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S180842812007000300015&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt>. Acesso em 08 abril 2018

FERRAZ, Ima Ruas; YABRUGE, Narjara Wanser; THIVES Fabiana Marin. *O que leva o consumo pela maquiagem*, 2011. Disponível em <<http://siaibib01.univali.br/pdf/Ima%20Ferraz,%20Narjara%20Yabrude.pdf>> Acesso em 28 outubro 2018.

FURLAN, Vanessa Lacerda Alves; NETO, Miguel Sabino; ABLA, Luiz Eduardo Felipe; OLIVEIRA, Carlos Jorge Rocha; LIMA, Ana Claudia de; RUIZ, Bruna Furtado de Olinda; FERREIRA, Lydia Masako. Qualidade de vida e autoestima de pacientes mastectomizadas submetidas ou não a reconstrução de mama. *Revista Brasileira de Cirurgias Plásticas*, 2013. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1983-51752013000200016> Acesso em 08 abril 2018.

GERSON, Joel. *Fundamentos da estética 4*. 10ª Ed. – Norte Americana: 2012. 178 p.

GIL, Antônio Carlos. *Como elaborar projetos de pesquisa*. 4. Ed. – São Paulo: Atlas, 2002. 53 p.

GOMES, Nathália Silva; SILVA, Sueli Riul da. *Avaliação da autoestima de mulheres submetidas à cirurgia oncológica mamária*. Enfermegam. Vol.22 no 2 Florianópolis 2013. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-07072013000200029> Acesso em 25 outubro 2018.

GUILHARDI, José Hélio. *Auto estima, autoconfiança e responsabilidade*. Instituto de análise de comportamento, Santo André – SP, 2002. Disponível em <http://www.itrcampinas.com.br/pdf/helio/Autoestima_conf_respons.pdf > Acesso em 21 abril 2017.

HALLAWELL, Philip. *Visagismo Harmonia e Estética*. Editora SENAC São Paulo 2011.

HALLAWELL, Philip. *Visagismo integrado: identidade, estilo e beleza*. São Paulo: 5 ed. Senac, 2009.

INCA, Instituto Nacional de Câncer José Alencar Gomes da Silva. *Câncer de mama: é preciso falar sobre isso*. 3. ed -Rio de Janeiro 2015. Disponível em <<http://www.inca.gov.br/wcm/outubro-rosa/2015/material/cartilha-cancer-de-mama-vamos-falar-sobre-isso-2015-3-edicao-web.pdf>> Acesso em 24 outubro 2018.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas - *Outubro Rosa incentiva a prevenção do câncer de mama*. Disponível em <<https://ibge.gov.br/busca.html?searchword=cancer%2520de%2520mama&searchphrase=all&Itemid=6830>> Acesso em 15 junho 2018.

ITIKAWA, Sandra Regina; SAKAGUTI, Tatiane Hisae; ZANOLI, Karine; REZENDE, Jelmary. *Avaliação quantitativa de tratamentos estéticos realizados na cidade de Maringá-Paraná*. CESUMAR, Maringá PR, 2010. Disponível em <http://www.cesumar.br/prppge/pesquisa/mostras/quin_mostra/sandra_regina_magalhaes_iti_kawa.pdf > Acesso em 11 março 2018.

LEAL, Virginia Costa Lima Verde; CATRIB, Ana Maria Fontenelle; AMORIM, Rosendo Freitas de; MONTAGNER, Miguel Ângelo. O corpo, a cirurgia estética e a saúde coletiva: um estudo de caso. Ciênc. *Saúde coletiva* vol. 15 n. 1, Rio de Janeiro 2010. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S141381232010000100013> Acesso em 08 abril 2018

LIMA, Ananda Silva; CASSIA, Danielle. *Maquiagem e seu uso na correção facial*. Universidade Tuiuti do Paraná (Curitiba – PR); 2016. Disponível em <<http://tcconline.utp.br/media/tcc/2017/05/MAQUIAGEM-E-SEU-USO-NA-CORRECAO-FACIAL.pdf>> Acesso em 24 maio 2018.

LOPES, Bruna Stefanie Carvalho; CARVALHO, Alexandra Azevedo. *A evolução da estética através das décadas*. UNICOR 2012. Disponível em <<http://periodicos.unicor.br/index.php/iniciacaocientifica/article/viewFile/462/380>> Acesso em 09 abril 2017.

LOPES, Pâmela Cristina de lima. *Pós-graduação em estética e cosmética*. Faculdade integrada AVM. São Paulo, 2016 Disponível em < <http://www.belezain.com.br/adm/uploads/>

TCC%20POS%20ESTETICA%20-%20PAMELA%20LOPES%20(1).pdf> Acesso em 20 de junho 2018.

MAIA, Manuela Estefanine; Gonçalves, Carla Gleiciane dos; MARTINS, MARTINS, Esther Vieira; GONÇALVEZ, Sônia Ruiz Santana; WERNER, Rosilea Clara. *Outubro Rosa: Campanha de prevenção ao câncer de mama e de colo uterino*. 2014. Disponível em <<http://sites.uepg.br/conex/anais/artigos/367-1554-1-DR-mod.pdf>> Acesso em 15 novembro 2018.

MARZANO, Francelle. *Estética deve fechar o ano com acréscimo de 77% mesmo com a economia desaquecida*. Nov 2014. Disponível em <http://www.em.com.br/app/noticia/economia/2014/11/02/internas_economia,585899/esteti-ca-deve-fechar-o-ano-com-crescimento-de-77-mesmo-com-economia-desaquecida.shtml> Acesso em 18 junho 2018.

MATOS, Jéssica carvalho de; PELLOSO, Sandra Marisa; CARVALHO, Maria Dalva de Barros. *Prevalência de fatores de risco para o câncer de mama no município de Maringá, Paraná*, 2010. Disponível em <http://www.scielo.br/pdf/rlae/v18n3/pt_09.pdf> Acesso em 24 outubro 2018.

MALUF, Maria Fernanda de Matos; MORI, Lincon Jo; BARROS, Alfredo S. D. O impacto psicológico do câncer de mama. *Revista Brasileira de Cancerologia* 2005. Disponível em <http://www.inca.gov.br/rbc/n_51/v02/pdf/revisao1.pdf> Acesso em 15 novembro 2018.

MENDES, Sueli Santos. *Apostila de imagem pessoal: área de beleza*. Cetep Duque de Caxias, FAETEC 2011. Disponível em <https://designvisualuff.files.wordpress.com/2011/07/apostila_de_maquiagem.pdf> Acesso em 07 abril 2018.

MENDES, Aline Rocha; DOHMS, Karina Pacheco; LETTNIN, Carla; ZACHARIAS, Jamile. *Bem-estar docente: indicadores e subsídios* 2012. Disponível em <<https://abpsa.org.br/wp-content/uploads/2017/04/congresso2011/Comunica%C3%A7%C3%A3o%20Oral/CO92%20-%20CONFERIDO/CO92%20-%20RESUMO%20-%20Bem-Estar%20Docente%20-%20Indicadores%20E%20Subs%C3%ADdios.pdf>> Acesso em 10 novembro 2018.

MORAES, Marcos; JUBERG, Claudia; BENCHIMOL, Jaime L.; TEIXEIRA, Luiz Antonio; MARTINS, Ruth B. *Os hospices e os programas de voluntariado para o câncer*. v.17, supl.1, jul. 2010. Disponível em <<http://www.scielo.br/pdf/hcsm/v17s1/12.pdf>> Acesso em 20 de junho 2018.

MORAIS, Gisele Nunes de. *Maquiador*. Instituto Federal do Norte de Minas Gerais – 1ªed. 2015. Disponível em <<http://ead.ifnmg.edu.br/uploads/documentos/EgSDB66vP5.pdf>> Acesso em 15 de junho de 2018.

MOLINOS, DUDA. *Maquiagem Duda Molinos*, 11ª Ed. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2010.

MOYSÉS, Lucia. *A auto estima se constrói passo a passo*. 6º ed. Campinas, SP: Papyrus, (Coleção Papyrus Educação) 2001. 29p

NOGUEIRA, Danielle; CARNEIRO, Luciane; COSTA, Daiane; SCRIVANO, Roberta. *Investimento avança, mas recuperação será lenta*. Jornal O Globo, São Paulo, 01 ago. 2016.

NUNES, Maria Angélica; OLINTO, Maria Teresa A; BARROS, Fernando C; CAMEY, Suzi. Influência da percepção do peso e do índice de massa corporal nos comportamentos alimentares anormais. *Rev Bras Psiquiatr* 2001, v.23. Disponível em <<http://www.scielo.br/pdf/rbp/v23n1/a06v23n1.pdf>> Acesso em 24 outubro 2018.

ONEDA, Luana Lays; PERIN, Mariana; THIVES, Fabiana. *A influência da maquiagem na imagem pessoal*. Universidade do Vale do Itajaí. Balneário Camboriú, Santa Catarina, 2008. Disponível em <<http://siaibib01.univali.br/pdf/Luana%20Lays%20Oneda%20e%20Mariana%20Perin.pdf>> Acesso em 12 março 2018.

OLIVEIRA, Thaís Lodi; ROMANO, Mariana Silva; SILVA, Thalita Lodi; FARIAS, Luciane Gomes. *Higiene da pele*. II simpósio de assistência farmacêutica 2014. Disponível em <<http://www.saocamilo-sp.br/novo/eventos-noticias/saf/resumo-19.pdf>> Acesso em 15 novembro 2018.

ORTOLAN, Michele Rita. *Enfermagem estética: ações e atos do enfermeiro no processo de cuidar*. Porto Alegre – RS, 2007. Disponível em <<http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/107840/000647250.pdf?sequence=1>> Acesso em 04 março 2018.

PADILHA, Ênio. *Marketing pessoal e imagem pública*. 2. Ed. Balneário Camboriú: Palloti, 2002, 78p

PAPPINI, Isabelle Nicole; CASSIA, Danielle de. *A importância da utilização correta da cor na maquiagem para tipos cromáticos*. Universidade Tuiuti do Paraná (Curitiba – PR) 2017. Disponível em <<http://tcconline.utp.br/media/tcc/2017/06/A-IMPORTANCIA-DA-UTILIZACAO-CORRETA-DA-COR.pdf>> Acesso em 24 maio 2018.

PINTO, Bianca Vaneli; EMILIANO, Silvani. *Estética e imagem pessoal: A importância do trabalho do profissional tecnólogo em estética no mundo contemporâneo*. Universidade Tuiuti do Paraná (Curitiba – PR) 2009. Disponível em <<http://tcconline.utp.br/media/tcc/2017/04/ESTETICA-E-IMAGEM-PESSOAL.pdf>> Acesso em 18 junho 2018.

RAUPP, Fabiano Maury, BEUREN, Ilse Maria. *Metodologia da pesquisa aplicável às ciências sociais*. São Paulo: Atlas, 2009.

REBELLO, Tereza. *Guia de Produtos Cosméticos*. 11. ed. São Paulo: SENAC- nacional, 2016. Acesso em 25 outubro 2018.

RIBEIRO, Cláudio de Jesus. *Cosmetologia aplicada a Dermoestética*. 2. Ed – São Paulo: Pharmabooks Editora 2010. 01p.

RIBEIRO, Daniela Cristina Camargo. *Produção e análise sensorial de batom*. Fema – Fundação Educacional do Município de Assis, 2010. Disponível em <<https://cepein.femanet.com.br/BDigital/arqTccs/0611160021.pdf>> Acesso em 25 maio 2018.

REPULA, Daiane Ferreira; EMILIANO, Silvani. *Visagismo como terapia auxiliar em indivíduos diagnosticados com depressão e baixa autoestima*. Curitiba - PR, 2016. Disponível em <<http://tcconline.utp.br/media/tcc/2017/05/VISAGISMO-COMO-TERAPIA-AUXILIAR-EM-INDIVIDUOS-DIAGNOSTICADOS-COM-DEPRESSAO-E-BAIXA-AUTOESTIMA-1.pdf>> Acesso em 10 novembro 2018.

RECH, Gabriela; HEIDERSCHIEDT Isete; THIVES, Fabiana Marin; ROSA, Rafael Arlindo. *Camuflagem cosmética: o uso da maquiagem para a correção dos defeitos da pele*. Universidade de Itajaí – UNIVALI, Florianópolis, Santa Catarina, 2010. Disponível em <<http://siaibib01.univali.br/pdf/gabriela%20rech%20e%20isete%20heiderscheidt.pdf>> Acesso em 15 maio 2018.

ROCHA, Jeanine Milita da; EMILIANO, Silvani. *A aplicabilidade da maquiagem em eventos sociais*. Universidade Tuiuti do Paraná (Curitiba – PA) 2017. Disponível em <<http://tconline.utp.br/media/tcc/2017/05/A-APLICABILIDADE-DA-MAQUIAGEM-EM-EVENTOS-SOCIAIS.pdf>> Acesso em 24 maio 2018.

RODRIGUES, Juliana Dantas; CRUZ, Mércia Santos; PAIXÃO, Adriano Nascimento. *Uma análise da prevenção do câncer de mama no Brasil*. Universidade Federal de Paraíba, 2008. Disponível em <<http://www.scielo.br/pdf/csc/v20n10/1413-8123-csc-20-10-3163.pdf>> Acesso em 01 abril 2018.

SANTOS, Maria Gomes dos. Bem-estar, autoestima e autoconceito: *O que sentem as mulheres que se maquilham?* Lisboa 2014. Disponível em <<http://recil.grupulusofona.pt/dspace/bitstream/handle/10437/6479/Gina%20Santos.pdf?sequence=1>> Acesso em 01 maio 2018.

SANTOS, Izabel Dayana de Lemos; ALVARES, Rafaella Bortolassi; LIMA, Nara de Moraes; MATTIAS, Silvia Regina; CESTARI, Maria Elisa Wotzasek; PINTO, Keli Regiane Tomeleri da Fonseca. *Câncer de mama: o apoio recebido no enfrentamento da doença*. Rev enferm UFPE on line., Recife 2017. Disponível em <file:///C:/Users/MICRO/Desktop/110187-59252-1-PB.pdf> Acesso em 15 novembro 2018.

SANTOS, Gina Maria Gomes dos. *Bem-estar, autoestima e autoconceito: o que sentem as mulheres que se maquilham?* Lisboa, 2014. Disponível em <<http://recil.grupulusofona.pt/handle/10437/6479>> Acesso em 29 outubro 2018.

SHEEHAN, Elaine. *Baixa auto estima: esclarecendo suas dúvidas*. [Tradução Ruth Rejtman].- São Paulo: Ágora, (Guias Ágora), 2005. 11p.

SCHNEIDER, Estela Maris; REIS, Mariana. *Tendência do mercado da maquiagem: conceito da arte e da tecnologia*. Trabalho de Conclusão de Curso de Cosmetologia e Estética da Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI. Santa Catarina, 2010. Disponível em <<http://siaibib01.univali.br/pdf/Estela%20Maris%20Schneider,%20Mariana%20Reis.pdf>> Acesso em 26 outubro 2018.

STREHLAU, Vivian; CLARO, Danny; NETO, Silvio. *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, jan/fev/mar.2015. Disponível em <<http://www.scielo.br/pdf/rausp/v50n1/0080-2107-rausp-50-01-0073.pdf>> Acesso em 11 março 2018.

SILVERMAN, David. *Interpretação de dados qualitativos: métodos para análise de entrevistas, textos e interações*. 3 ed. –São Paulo, 2009. 43p.

SOUZA, Mariane Marinho de; WINNIKOW, Erik Paul; MORETTI, Gustavo Pasquali; PANATTO, Ana Paula Ronzani; ROSA, Maria Inês da; SIMÕES, Priscyla Waleska Targino de Azevedo. *Taxa de mortalidade por neoplasia maligna de mama em mulheres residentes da*

região Carbonífera Catarinense no período de 1980 a 2009. Cad. Saúde Colet. 2013, Rio de Janeiro. Disponível em <<http://www.scielo.br/pdf/cadsc/v21n4/v21n4a05.pdf>> Acesso em 08 abril 2018.

SOUZA, Fernanda. *Pesquisa de satisfação dos clientes de serviços estéticos na cidade de Tijucas*. Disponível em <<http://siaibib01.univali.br/pdf/Fernanda%20de%20Souza.pdf>> Acesso em 18 junho 2018.

SOUZA, Luccas Melo de; LAUTERT, Liana. *Trabalho voluntário: uma alternativa para a promoção da saúde de idosos*. UFRGS, 2007. Disponível em <<http://www.scielo.br/pdf/reeusp/v42n2/a21.pdf>> Acesso em 20 de junho 2018.

SOUZA, Camila; BACALHAU, Maria do Rosário; MOURA, Maria de Jesus; VOLPI, José Henrique; MARQUES, Sônia; RODRIGUES, Maria Rosalina. *Aspectos da motivação para o trabalho voluntário com doentes oncológicos: um estudo colaborativo entre Brasil e Portugal*. UNIFESP – EPM, São Paulo 2003. Disponível em <<file:///C:/Users/merid/Desktop/60.pdf>> Acesso em 20 de junho 2018.

SOUZA, Analice Mascarenhas de; LUCAS, Bruno Luiz Vieira; VALE, Carla Prissyla de Souza Rodrigues; SILVA, Cleide Mikaele Cavalcante da. *Florescer: Promovendo a autoestima em mulheres com câncer de mama*. Mossoró -RN 2017. Disponível em <http://www.editorarealize.com.br/revistas/conbracis/trabalhos/TRABALHO_EV108_MD1_SA4_ID1892_08052018181322.pdf> Acesso em 28 outubro 2018.

SOUZA, Fernanda. *Pesquisa de satisfação dos clientes de serviços estéticos na cidade de Tijucas*. Disponível em <<http://siaibib01.univali.br/pdf/Fernanda%20de%20Souza.pdf>> Acesso em 15 novembro 2018

SHIMIDTT, Alexandra; OLIVEIRA, Claudete. *O mercado da beleza e suas consequências*. 2008. Disponível em <<http://siaibib01.univali.br/pdf/Alexandra%20Shmidt%20e%20Claudete%20Oliveira.pdf>> Acesso em 15 novembro 2018.

SCHMITZ, Delourdes Schafascheck; LAURENTINO, Lucia; MACHADO, Marli. *Estética Facial e Corporal: uma revisão bibliográfica*. UNIVALI 2010. Disponível em <<http://siaibib01.univali.br/pdf/Delourdes%20Schafascheck%20Schmitz,%20Lucia%20Laurentino.pdf>> Acesso em 15 novembro 2018.

SCHULTHEISZ, Thais Sisti de Vincenzo; APRILE, Maria Rita. Autoestima, conceitos correlatos e avaliação. *Rev. Equilíbrio corporal e Saúde*, 2015. Disponível em <<http://pgsskroton.com.br/seer/index.php/reces/article/viewFile/22/19>> Acesso em 10 novembro 2018.

SDREGOTTI, Amanda Lussoli; SOUZA, Danubia de; PAULA, Vandressa Bueno. *A importância da atuação do tecnólogo em Estética na ação conjunta com o Cirurgião Plástico, diante das intercorrências em procedimentos de pós-operatório de cirurgias plásticas estéticas*. UNIVALI 2009. <Disponível em <<http://siaibib01.univali.br/pdf/Amanda%20Lussoli%20Sdregotti%20e%20Danubia%20de%20Souza.pdf>> Acesso em 15 novembro 2018.

TISSI, Janaina. *Direito e estética: regulamentação da profissão de estética*. UFPR, s/d. Disponível em <<http://www.opet.com.br/site/pdf/artigos/MUNDO-JURIDICOdireitoestetica.pdf>> Acesso em 7 junho 2018.

URURAHY, Gilberto. *Os cuidados com a sua pele*. MED-RIO, Check-up 2015. Disponível em <<http://www.medriochek-up.com.br/campanhas/2015.pdf>> Acesso em 15 de junho de 2018.

VEIGA, Ana Paula. *A institucionalização da beleza no universo feminino*. Rio de Janeiro 2006. Disponível em <<file:///C:/Users/merid/Desktop/IGTnR-2006-16.pdf>> Acesso em 01 maio 2018.

VENTURINE, Magaly Flavia; SILVA, Maria Paula da; GONÇALVES, Viviane Pacheco. *Caracterização do perfil dos clientes atendidos na clínica escola do curso de cosmetologia e estética – UNISUL*. 2017. Disponível em <<https://riuni.unisul.br/bitstream/handle/12345/2195/Flavia%20Magaly%20Venturini.pdf?sequence=7&isAllowed=y>> Acesso em 24 outubro 2018.

VIEIRA, Elizângela S.; SANTOS, Theodorico, Melo dos. *Projeto todos juntos para concientizar*. Pref. Mun. Foz do Iguaçu 2016. Disponível em <<file:///C:/Users/MICRO/Desktop/artidos%20analise%20de%20dados/Projeto%20Outubro%20Rosa.pdf>> Acesso em 15 novembro 2018.

XAVIER, Antônio Carlos. *Como fazer e apresentar trabalhos científicos em eventos acadêmicos* (ciências aplicadas: artigo, resumo, resenha, monografia, tese, dissertação, TCC, projeto, slide) Recife: Editora Rêspel, 2010.

WICHINESKI, Mariana Siqueira Campos; SOUZA, Alison Walvy. *O tecnólogo em estética sua participação na promoção de saúde e qualidade de vida*. Universidade Tuiuti do Paraná (Curitiba – PR) 2011. Disponível em <<http://tcconline.utp.br/media/tcc/2017/04/O-TECNOLOGO-EM-ESTETICA-E-SUA-PARTICIPACAO.pdf>> Acesso em 20 de junho de 2018.

APÊNDICE

FACULDADE FASIPE
CURSO DE ESTÉTICA E COSMÉTICA

TERMO DE CONSCIENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO PARA PROJETOS DE PESQUISA

Você está sendo convidado (a) para participar, como voluntário (a), de uma pesquisa. Após ser esclarecido (a) sobre as informações a seguir, no caso de aceitar fazer parte desse estudo, assine ao final desse texto. A pesquisa detém o título: **A influência da maquiagem na autoestima de mulheres com câncer de mama.**

Esse estudo tem como finalidade avaliar a auto estima de mulheres com câncer de mama da Rede Feminina de Combate ao Câncer de Sinop (REFECS), sobre satisfação com o uso da maquiagem e sua influência para elevação da autoestima e bem-estar, compreendendo a importância do profissional de estética neste período de tratamento. A pesquisa faz parte do Trabalho de Conclusão de Curso da acadêmica Gisleide Roberta da Silva, da Faculdade FASIPE do curso de Estética e Cosmética, com orientação da professora mestre Anny Granzoto, sendo esse trabalho necessário para graduação da mesma.

Essa pesquisa será desenvolvida utilizando um questionário com perguntas fechadas que dará garantia de sigilo e anonimato dos seus respondentes, conferindo segurança aos participantes. Com o intuito de ampliar os conhecimentos pertencentes em relação a influência da maquiagem na autoestima de mulheres com câncer de mama. Pelo fato desse estudo possuir unicamente interesse científico e ser voluntário não implicará em nenhuma remuneração.

Assinatura do participante da pesquisa

Este questionário tem a finalidade de obter informações sobre a influência da maquiagem na autoestima de mulheres com câncer de mama, portanto, responda cuidadosamente a todas as questões do modo que melhor refletir sua opinião. Salientando a importância deste questionário, já que as informações obtidas serão analisadas e servirão de subsídios para uma possível reflexão e contribuição possibilitando uma melhoria em seu trabalho.

TODAS AS INFORMAÇÕES FORNECIDAS SERÃO MANTIDAS EM SIGILO E SERÃO UTILIZADAS SOMENTE PARA FINS DE PESQUISA.

PARTE I

1- Qual sua idade?

- 20 a 30 anos
- 31 a 40 anos
- 41 a 50 anos
- Acima de 51 anos

2- Há quanto tempo descobriu o câncer de mama?

- Menos 6 meses
- Mais de 6 meses
- Menos de 1 ano
- Mais de 1 ano

3 - Antes da descoberta do câncer você fazia o uso de maquiagem?

- Sim
- Não
- Às vezes

4 - Em relação a auto estima, após o câncer de mama, em que nível ela esteve?

- 1 () 2 () 3 () 4 () 5 () 6 () 7 () 9 () 10 ()

5 - Você se preocupa com a sua aparência?

- Sim
- Não
- Depende da ocasião

6 - Com respeito a beleza, você faz o uso de maquiagem?

Sim

Não

Depende da Ocasão

7 -Você acha que á alguma relação entre os tratamentos estéticos e auto estima de mulheres com câncer de mama?

Sim

Não

8 – Você acredita que a maquiagem ajuda a valorizar a beleza das mulheres, independentemente de qual fase de tratamento está?

Sim

Não

9 – Na sua opinião, o uso da maquiagem é importante para enfrentar a doença e não mostrar sua fragilidade frente ao câncer de mama?

Sim

Não

PARTE II

10 – Você está se sentindo bonita?

- Sim
- Não
- Não sei responder

11 – Nível de auto estima neste momento?

- 1 () 2 () 3 () 4 () 5 () 6 () 7 () 9 () 10 ()

12 – Em relação a maquiagem realizada, como você se sente?

- Satisfeita
- Sente-se mais confiante
- Não sei responder

13 – Pretende fazer a maquiagem mais vezes por ter influenciado na auto estima?

- Sim
- Não

ANALISE ESTATISTICA RELAÇÃO DA AUTOESTIMA ANTES E APÓS A MAQUIAGEM

Variável analisada: PARTE I

Opção de transformação: Variável sem transformação (Y)

TABELA DE ANÁLISE DE VARIÂNCIA

FV	GL	SQ	QM	Fc	Pr>Fc
AUTO ESTIMA	9	6.100000	0.677778	1.0E+0009	0.0000
erro	0	0.000000000E+0000	0.000000000E+0000		
Total corrigido	9	6.100000			
CV (%) =	0.00				
Média geral:	0.7000000	Número de observações:	10		

Teste Tukey para a FV AUTO ESTIMA

DMS: 0 NMS: 0.05

Média harmonica do número de repetições (r): 1
 Erro padrão: 0

Tratamentos	Médias	Resultados do teste
8	0.000000	a1
5	0.000000	a1
10	0.000000	a1
9	0.000000	a1
2	0.000000	a1
7	1.000000	a2
4	1.000000	a2
6	1.000000	a2
1	2.000000	a3
3	2.000000	a3

Variável analisada: PARTE I

Opção de transformação: Raiz quadrada de Y + 1.0 - SQRT (Y + 1.0)

TABELA DE ANÁLISE DE VARIÂNCIA

FV	GL	SQ	QM	Fc	Pr>Fc
AUTO ESTIMA	9	0.853870	0.094874	1.0E+0009	0.0000
erro	0	0.000000000E+0000	0.000000000E+0000		
Total corrigido	9	0.853870			
CV (%) =	0.00				
Média geral:	1.2706742	Número de observações:	10		

 Teste Tukey para a FV AUTO ESTIMA

DMS: 0 NMS: 0.05

Média harmonica do número de repetições (r): 1
 Erro padrão: 0

Tratamentos	Médias	Resultados do teste
8	1.000000	a1
5	1.000000	a1
10	1.000000	a1
9	1.000000	a1
2	1.000000	a1
7	1.414214	a2
4	1.414214	a2
6	1.414214	a2
1	1.732051	a3
3	1.732051	a3

 Variável analisada: PARTE II

Opção de transformação: Variável sem transformação (Y)

TABELA DE ANÁLISE DE VARIÂNCIA

FV	GL	SQ	QM	Fc	Pr>Fc
AUTO ESTIMA	9	16.100000	1.788889	1.0E+0009	0.0000
erro	0	0.000000000E+0000	0.000000000E+0000		
Total corrigido	9	16.100000			
CV (%) =	0.00				
Média geral:	0.7000000	Número de observações:		10	

 Teste Tukey para a FV AUTO ESTIMA

DMS: 0 NMS: 0.05

Média harmonica do número de repetições (r): 1
 Erro padrão: 0

Tratamentos	Médias	Resultados do teste
6	0.000000	a1
5	0.000000	a1
8	0.000000	a1
7	0.000000	a1
2	0.000000	a1
3	0.000000	a1
4	0.000000	a1
9	1.000000	a2
1	2.000000	a3
10	4.000000	a4