

Uma reflexão sobre a autoestima: o alicerce entre a estética e o corpo

RESUMO

O conceito de beleza muitas vezes transcende a aparência física, e impacta diretamente a autoestima das pessoas quando o olhar para dentro torna-se ignorado. Tendo em vista a importância do equilíbrio entre a aparência estética, física e o bem-estar mental, este trabalho tem como objetivo promover uma reflexão acerca do uso de cosméticos (*Conceito OUT*) / nutricosméticos (*Conceito IN*) associado ao aumento do bem-estar nos indivíduos, por meio de um estudo bibliográfico do tipo exploratório-descritivo. Constatou-se, mediante ao estudo realizado, que é possível associar os efeitos do bem-estar psicológico proporcionado por meio dos cosméticos como forma terapêutica.

PALAVRAS-CHAVE: Cosméticos; Nutricosméticos; Bem-estar; Beleza.

INTRODUÇÃO

Com o advento das tecnologias alinhadas as novas modalidades de trabalho e padrão de beleza, a busca pelo autocuidado traduzida por meio dos cosméticos tem sido evidenciada. O conceito de beleza muitas vezes transcende a aparência física, e impacta diretamente a autoestima das pessoas quando o olhar para dentro torna-se ignorado.

Nesse contexto, o Brasil destaca-se na terceira posição no ranking mundial de consumo de cosméticos. De acordo com o SEBRAE (2010), em 2009 o setor movimentou cerca de R\$ 17 bilhões de reais na economia, correspondendo a um crescimento de 12,6% em relação ao ano de 2008.

Corroborando com esses dados, a ideia do que é belo é vista de forma individual, onde esse conceito está relacionado a cada época, raça, religião; sendo extremamente influenciado pela mídia com relação ao que deve ser visto como bonito. A vaidade é percebida como promoção da autoimagem ou é compreendida como provedora da autoestima nas pessoas (STAMM, 2014).

Diante disso, é notório que efeitos do bem-estar psicológico proporcionado por meio dos cosméticos podem ser vistos como forma terapêutica. O aumento na autoestima proporciona um estado de espírito mais confiante para enfrentar até mesmo as adversidades de doenças graves, como o câncer. É fundamental destacar que além do cuidar exterior por meio de cosméticos em tratamento tópico, tem sido evidenciado o uso de nutracêuticos, capazes de fornecer algum tipo de benefício à saúde humana (DEFELICE, 1995), sendo que esse conceito vem sendo aplicado na área cosmética, através do desenvolvimento de nutricosméticos.

O desenvolvimento de produtos cosméticos voltados para tratamentos individualizados, buscando atender as expectativas dos consumidores com propostas inovadoras, tecnológicas, eficazes e versáteis, tem sido um desafio e um diferencial para esse mercado. Nesse contexto, o objetivo deste trabalho é promover

uma reflexão acerca do uso de cosméticos/nutricosméticos associado ao aumento do bem-estar nos indivíduos.

METODOLOGIA

Foi realizado um estudo comparativo do tipo exploratório-descritivo entre literaturas técnicas publicadas por meio de portais de pesquisas em bases de dados como Chemical Abstract, MEDLINE/PubMed e Google acadêmico.

RESULTADOS

A fim de identificar os hábitos e motivações de consumo feminino de cosméticos, Pinto (2013) baseou-se nas teorias do comportamento do consumidor, tendo papel importante nas análises do comportamento das consumidoras de cosméticos seus hábitos, como agem, o que as motiva, bem como auxiliar na identificação de possíveis estudos futuros. Com o propósito de ajustar uma melhor visão do contexto do problema foi realizada uma pesquisa quantitativa descrita por meio de um *survey* efetuado através de questionário estruturado, aplicado com 104 respondentes. De acordo com os resultados obtidos, observou-se que as universitárias consomem cosméticos mensalmente e levam em consideração no momento de efetuar a compra atributos como qualidade, marca e durabilidade. Entre as principais motivações de compra destacaram-se parecer mais bonita e se sentir bem nos lugares que frequentam.

Corroborando com esses dados, Stamm (2014) afirma que a ideia do que é belo é vista de forma individual, onde esse conceito está relacionado a cada época, raça, religião; sendo extremamente influenciado pela mídia com relação ao que deve ser visto como bonito. Para este autor, a vaidade é percebida como promoção da autoimagem ou é compreendida como provedora da autoestima nas pessoas.

Santos *et. al* (2021) associaram o uso de cosmético como um recurso viável de terapia e promoção da autoestima buscando compreender a sua relação com a saúde mental, embora subdimensionado pela comunidade científica. Ao experimentar programas que visam promover a autoestima das mulheres em tratamento da doença, muitas participantes apresentaram um maior bem-estar e confiança relacionado a sua aparência. Segundo esses autores, os tratamentos de beleza são uma terapia adjuvante aos tratamentos oncológicos trazendo profundo impacto positivo às mulheres. Neste trabalho ficou evidenciado que o uso de cosméticos como recurso terapêutico contribui positivamente na elevação da autoestima de mulheres em tratamento oncológico sendo este uma ferramenta de apoio.

Pinheiros *et. al* (2018) analisaram a inserção dos nutricosméticos nos cuidados pessoais para o tratamento da beleza estética, baseado no novo conceito de beleza atual e que traz benefícios para a saúde do usuário. Para esses autores, os nutricosméticos surgem como uma alternativa de complementação de nutrição e destacam que para que haja bons resultados é importante associar atividade física e uma rotina básica de cuidados com a pele, como higienização, hidratação e fotoproteção.

De Paula *et. al* (2016), estudaram a ação de nutricosméticos a base de extrato de semente de uva (*Vitis vinífera*) na pele fotoenvelhecida e verificou-se que tais nutricosméticos apresentam em sua composição substâncias antioxidantes, as quais são capazes de combater a ação dos radicais livres, auxiliando no combate dos principais causadores do fotoenvelhecimento.

CONCLUSÕES

O estudo buscou promover uma reflexão acerca do uso de cosméticos e nutricosméticos associado ao aumento do bem-estar nos indivíduos. É notório que o conceito de beleza transcende aos cuidados estéticos, e passa a ser mais evidenciado com a sinergia de tratamentos IN/OUT, por meio de nutricosméticos e de cosméticos de uso tópico. Diante disso, é possível afirmar que efeitos do bem-estar psicológico proporcionados por meio dos cosméticos podem ser vistos como forma terapêutica.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

DEFELICE, S. L. (1995). **The nutraceutical revolution, its impact on food industry research and development.** *Trends in Food Science & Technology*, 6, pp. 59–61.

DE PAULA, I.E; CARVALHO,J.; LIMA,T.V.;PESSOA,C.V. **Nutricosméticos a base de extrato de semente de uva (Vitis vinífera) para o fotoenvelhecimento cutâneo.** Mostra Científica da Farmácia, 10., 2016, Quixadá. Anais... Quixadá: Centro Universitário Católica de Quixadá, 2016.

PINHEIRO, E. O.P.; SILVA, C. W.V.; PESSOA, C..V. **Nutricosméticos: um novo conceito de beleza.** Mostra Científica da Farmácia, Quixadá, Volume 5, Número 1, Maio 2018.

PINTO, G.F. **O consumo de cosméticos e perfumaria: motivações e hábitos femininos.** 2013. Monografia (Graduação em Administração) - Unijuí – Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul, Santa Rosa, 2013.

SANTOS, M.; AMORIM, A.P.; RODRIGUES, A. **Elevando a autoestima: a associação do cosmético como recurso terapêutico para mulheres em tratamento oncológico.** *Visão Acadêmica*, Curitiba, v.22 n.1, Jan. - Mar. /2021 - ISSN 1518-8361.

STAMM, Daiani. **Comportamento feminino da geração y no consumo de produtos de beleza.** 2014. 103 p. Monografia (Graduação em Administração) - Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul, Três Passos, 2014.

ABSTRACTS

The concept of beauty often transcends physical appearance, and directly impacts people's self-esteem when looking inward becomes ignored. Bearing in mind the

importance of the balance between aesthetic, physical appearance and mental well-being, this work aims to promote a reflection on the use of cosmetics (OUT Concept) / nutricosmetics (IN Concept) associated with increased well-being in individuals, through an exploratory-descriptive bibliographic study. It was found, through the study carried out, that it is possible to associate the effects of psychological well-being provided by cosmetics as a therapeutic form.

Keywords: Cosmetics; Nutricosmetics; Well-being; Beauty.