

Revista OMNIA Interdisciplinar
ISSN 1677-3942 | e-ISSN: 2966-0564
<https://doi.org/10.69719/roi.v10.895>

Caroline Paschoalette*¹
Damaris Suelen Vitorino de Souza¹

¹Centro Universitário de Adamantina – FAI

*Autor correspondente:
carollpaschoalette@gmail.com

Recebido em: 08/10/2025
Aceito em: 27/11/2025

Resumo: A autoestima e a aceitação pessoal são fundamentais para o bem-estar, a identidade e a saúde mental, sendo influenciadas pelos padrões estéticos da sociedade contemporânea. Nesse contexto, a maquiagem se destaca como ferramenta de expressão pessoal, comunicação e reconstrução emocional, promovendo valorização da autoimagem, fortalecimento da autoconfiança e autocuidado. Este estudo consistiu em uma revisão integrativa da literatura, realizada entre abril e julho de 2025, nas bases SciELO, Google Acadêmico, Periódicos CAPES, LILACS e bibliotecas digitais de universidades. Foram incluídos artigos publicados entre 2020 e 2025, em português ou inglês, que abordassem a relação entre autoestima e maquiagem, com foco em produtos funcionais. Foram excluídos estudos duplicados, artigos de opinião sem fundamentação científica e trabalhos sem relação estética ou visual. A busca utilizou operadores booleanos, como “maquiagem AND autoestima”. Dos 37 artigos identificados, 12 foram duplicados e 18 excluídos, resultando em 7 estudos incluídos, analisados quanto aos objetivos, metodologia e principais resultados. Os estudos indicam que o uso da maquiagem está associado à elevação da autoestima, melhoria da imagem corporal e aumento da autoconfiança, incluindo adolescentes, adultos e mulheres com condições dermatológicas ou experiências específicas. A presença de ativos dermocosméticos amplia os benefícios, integrando estética e saúde da pele. Apesar disso, a literatura ressalta críticas quanto à motivação social e aos padrões de beleza inatingíveis, que podem gerar dependência estética e insegurança. Conclui-se que a maquiagem atua como agente multifuncional, promovendo empoderamento, autocuidado e bem-estar emocional, especialmente quando utilizada de forma consciente e associada a produtos com benefícios funcionais. Recomenda-se a realização de novos estudos para aprofundar o conhecimento e consolidar evidências mais robustas sobre seus efeitos.

Palavras-chave: autoestima; empoderamento do paciente; cosméticos; autocuidado.

Abstract: Self-esteem and personal acceptance are fundamental for well-being, identity, and mental health, being influenced by the aesthetic standards of contemporary society. In this context, makeup stands out as a tool for personal expression, communication, and emotional reconstruction, promoting the enhancement of self-image, strengthening of self-confidence, and self-care. This study consisted of an integrative literature review, conducted between April and July 2025, using the SciELO, Google Scholar, CAPES Journals, LILACS, and university digital libraries databases. Articles published between 2020 and 2025, in Portuguese or English, addressing the

relationship between self-esteem and makeup, with a focus on functional products, were included. Duplicated studies, opinion articles without scientific support, and works unrelated to aesthetic or visual aspects were excluded. The search employed Boolean operators, such as “makeup AND self-esteem.” Of the 37 articles identified, 12 were duplicates and 18 were excluded, resulting in 7 studies included, analyzed regarding objectives, methodology, and main findings. The studies indicate that makeup use is associated with increased self-esteem, improved body image, and greater self-confidence, encompassing adolescents, adults, and women with dermatological conditions or

specific experiences. The inclusion of dermocosmetic active ingredients further enhances the benefits, integrating aesthetics and skin health. However, the literature also highlights criticisms regarding social pressures and unattainable beauty standards, which may lead to aesthetic dependence and insecurity. It is concluded that makeup functions as a multifaceted agent, promoting empowerment, self-care, and emotional well-being, especially when used consciously and combined with products that offer functional benefits. Further research is recommended to deepen understanding and consolidate more robust evidence regarding its effects.

Keywords: self-esteem; patient empowerment; cosmetics; self-care.

INTRODUÇÃO

A busca pela autoestima e pela aceitação pessoal tem sido, ao longo dos anos, um dos pilares centrais nas discussões relacionadas ao bem-estar, à identidade e à saúde mental. Em uma sociedade contemporânea fortemente impactada por padrões estéticos impostos pela mídia tradicional e, mais recentemente, pelas redes sociais, a aparência física passou a desempenhar um papel significativo na forma como os indivíduos se percebem e se posicionam no meio social. Nesse cenário, a maquiagem emerge não apenas como uma prática estética, mas como uma ferramenta potente de comunicação, expressão pessoal e reconstrução emocional [1].

Mais do que um simples recurso para realçar traços ou disfarçar imperfeições, a maquiagem pode promover mudanças subjetivas profundas. O ato de se maquiar representa, para muitas pessoas, um momento de reencontro com a própria identidade, de valorização da autoimagem e de fortalecimento da autoconfiança. Esse processo pode atuar como um mecanismo de enfrentamento às pressões sociais e às exigências estéticas contemporâneas. Para mulheres e homens, maquiar-se é também um gesto de autocuidado, que contribui para a construção de uma imagem pessoal coerente com suas emoções, estilo e identidade, funcionando como estratégia de resistência e empoderamento frente a estigmas sociais [1].

Paralelamente aos aspectos subjetivos e simbólicos da maquiagem, observa-se nas últimas décadas uma transformação significativa na indústria cosmética. O desenvolvimento científico e a inovação tecnológica têm impulsionado a criação de maquiagens com propriedades funcionais, incorporando ingredientes com ação dermatológica, como antioxidantes, ácidos, vitaminas, peptídeos, hidratantes e agentes fotoprotetores. Esse movimento deu origem à chamada maquiagem com ativos, uma tendência que

une os benefícios estéticos imediatos à promoção da saúde cutânea a médio e longo prazo [2].

Essa convergência entre beleza e cuidado com a pele reflete uma mudança no comportamento do consumidor, que passou a buscar produtos mais completos, capazes de aliar desempenho estético e funcionalidade terapêutica. A maquiagem, antes voltada unicamente à aparência, agora também cumpre papel de prevenção e tratamento de condições dermatológicas, oferecendo soluções para diferentes tipos de pele e necessidades individuais [2].

Diante disso, a relevância deste estudo consiste em analisar o papel atual da maquiagem como recurso multifuncional, abordando tanto seus impactos emocionais e sociais quanto seu potencial funcional na promoção da saúde da pele. Considerando o novo paradigma de beleza baseado em bem-estar, qualidade de vida e valorização da individualidade, este trabalho visa compreender como a maquiagem contribui para o fortalecimento da autoestima e para a construção de uma relação mais positiva com a autoimagem [3].

Desse modo, o objetivo deste estudo é analisar, por meio de uma revisão integrativa, como o uso da maquiagem influencia a autoestima de indivíduos, com ênfase nos aspectos emocionais, sociais e de autoimagem relacionados ao uso de cosméticos.

MATERIAIS E MÉTODOS

Este estudo caracteriza-se como uma revisão integrativa da literatura [4], que consiste em um método de pesquisa que permite reunir, analisar e sintetizar resultados de estudos com diferentes abordagens metodológicas quantitativas e qualitativas, proporcionando uma compreensão ampla e aprofundada sobre o tema investigado e permite uma análise mais holística do assunto.

A busca por material bibliográfico foi realizada entre os meses de abril e julho de 2025, utilizando as bases de dados SciELO (*Scientific Electronic Library Online*), Google Acadêmico, Periódicos CAPES, LILACS (Literatura Latino-Americana e do Caribe em Ciências da Saúde) e bibliotecas digitais de universidades. Os critérios de inclusão abrangeram publicações entre os anos de 2020 e 2025, escritas em português ou inglês, que abordassem a relação entre autoestima e o uso da maquiagem, especialmente produtos com ativos funcionais.

Foram excluídos estudos que tratassem da autoestima sem conexão com aspectos estéticos ou visuais, artigos de opinião sem fundamentação científica e publicações duplicadas em diferentes bases. A estratégia de busca utilizou palavras-chave combinadas por operadores booleanos, tais como: “maquiagem” AND “autoestima”; “cosméticos” AND

“imagem corporal”; “beleza” AND “identidade feminina”; e “aparência física” AND “construção da autoestima”. Os operadores booleanos são amplamente utilizados em pesquisas bibliográficas por permitirem combinar, ampliar ou restringir termos de interesse, tornando a busca mais precisa e direcionada [5].

Os artigos selecionados foram organizados em uma matriz, estruturada com as seguintes informações: número de ordem, autor(es) e ano de publicação, tipo de estudo ou abordagem, objetivo do estudo e principais resultados obtidos. Essa organização permitiu sintetizar os achados de forma clara e sistemática, possibilitando a identificação de padrões, convergências e divergências entre os estudos, bem

como uma visão integrada sobre a relação entre maquiagem e autoestima.

RESULTADOS

Foram identificados 37 artigos inicialmente nas bases de dados. Desses, 12 artigos foram excluídos por estarem duplicados. Em seguida, 18 artigos foram excluídos por não atenderem aos critérios de inclusão previamente estabelecidos. Com isso, 7 estudos foram incluídos na revisão integrativa e analisados quanto aos objetivos, metodologia e principais resultados, conforme apresentado no fluxograma e analisado no Quadro 1.

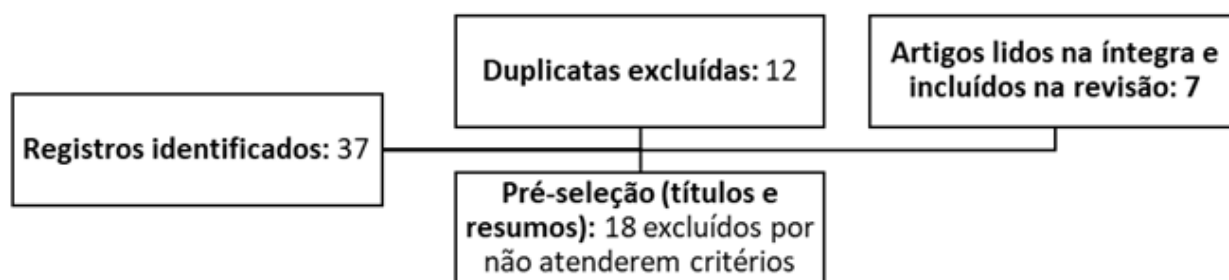


Figura 1. Fluxograma do processo de Seleção e Análise dos Estudos

Quadro 1. Características dos Estudos Incluídos na Revisão

Nº	Autor(es) (ano)	Tipo/Ampla	Objetivo	Principais resultados
1	Silva & Ferreira (2020) ⁶	Estudo de caso (n=2)	Analisar maquiagem e autoestima em mulheres com acne	Maquiagem aumenta autoestima em casos de acne
2	Diniz & Ferreira (2020) ⁷	Descritivo (n=20)	Avaliar impacto da maquiagem na autoestima feminina	Elevação subjetiva da autoestima e empoderamento
3	Fonseca et al. (2023) ⁸	Quantitativo (n=860)	Relacionar uso de maquiagem com imagem corporal e autoestima	Relação positiva entre frequência do uso e autoestima
4	Veçoso et al. (2024) ⁹	Ensaio randomizado (n=95)	Avaliar efeito da maquiagem em sintomas depressivos e autoestima	Redução de depressão e aumento da autoestima
5	Kim et al. (2024) ¹⁰	Quantitativo (adolescentes)	Investigar maquiagem, satisfação com aparência e autoestima	Correlação positiva entre aparência e autoestima
6	Panissi KC et al (2022) ¹¹	Quase-experimental (n=152)	Avaliar automaquiagem em mulheres com câncer de mama	Melhora em autoestima e imagem corporal
7	Özkesici Kurt (2021) ¹²	Comparativo (n=192)	Analisar acne e autoestima em adolescentes e adultos	Acne associada a baixa autoestima em ambos

DISCUSSÃO

A maquiagem não apenas realça características físicas, mas também exerce função psicológica importante, sendo associada ao aumento da autoconfiança em mulheres com condições dermatológicas como acne. Este dado reforça a concepção da maquiagem como uma ferramenta de empoderamento e cuidado pessoal, corroborando com as análises, que identificaram impactos positivos da maquiagem na autoestima feminina de maneira subjetiva, evidenciando um vínculo emocional e social entre a prática do autocuidado e a percepção de valor próprio [6,7].

Além disso, relacionaram o uso frequente da maquiagem à imagem corporal positiva e à autoestima elevada, em um estudo quantitativo com amostra expressiva de 860 participantes, indicando que o hábito da maquiagem pode estar inserido em práticas rotineiras de valorização pessoal e autocuidado de adolescentes, influenciando diretamente o bem-estar psicológico [8].

Em um ensaio randomizado, reforçaram essa associação ao observar que o uso de maquiagem contribuiu para a redução de sintomas depressivos e aumento da autoestima, demonstrando benefícios que ultrapassam a estética superficial, alcançando aspectos emocionais profundos [9].

O estudo [10] focado em adolescentes coreanos, corrobora essa tendência, evidenciando a correlação positiva entre satisfação com a aparência e autoestima, o que sugere que a maquiagem pode desempenhar papel crucial durante fases de formação da identidade e autoconfiança. Complementando esse panorama, o programa de automaquiagem aplicado a mulheres com câncer de mama demonstrou que o ensino e a prática da maquiagem são capazes de promover melhorias significativas na autoestima e na imagem corporal, ressaltando a importância do aspecto terapêutico e social do uso da maquiagem [11].

Özkesici Kurt, contribui para a compreensão dos impactos da maquiagem na autoestima ao comparar os efeitos da acne em adolescentes e adultos, revelando que o uso da maquiagem pode funcionar como uma estratégia de enfrentamento e melhoria da autoimagem em ambos os grupos, ressaltando sua função psicológica como recurso de valorização pessoal [12].

De modo geral, os estudos apontam que a maquiagem é uma ferramenta multifacetada, que transcende a função estética para atuar como meio de expressão, cuidado, empoderamento e promoção da saúde emocional [6,7].

A presença crescente de ativos dermocosméticos nos produtos de maquiagem reforça essa perspectiva integrativa entre beleza e cuidado da pele,

possibilitando que o uso da maquiagem contribua também para a saúde cutânea a longo prazo. Dessa forma, a maquiagem é entendida não apenas como recurso estético, mas como elemento que pode promover o bem-estar físico e psicológico [9,10].

Entretanto, apesar dos benefícios observados, é importante destacar as críticas presentes na literatura quanto ao uso da maquiagem, principalmente quando motivado por pressões sociais e padrões de beleza muitas vezes inatingíveis, o que pode gerar dependência estética e sentimentos de insegurança. Assim, a maquiagem deve ser compreendida como uma escolha individual que pode fortalecer a autoestima, desde que utilizada de forma consciente e aliada a práticas saudáveis de autocuidado.

Dessa forma, a presente revisão evidencia que a maquiagem é mais do que um simples produto cosmético; é um agente transformador na vida das pessoas, atuando positivamente na construção da autoestima e na promoção do bem-estar emocional, sobretudo quando associada a produtos que oferecem benefícios funcionais para a pele e quando inserida em contextos de empoderamento e cuidado pessoal.

CONCLUSÃO

A maquiagem influencia positivamente a autoestima, funcionando como uma ferramenta de empoderamento e autocuidado. Os estudos indicam que seu uso está associado ao aumento da autoconfiança e à valorização da autoimagem, especialmente em grupos que enfrentam desafios relacionados à aparência. A incorporação de ativos dermocosméticos amplia seus benefícios, unindo estética e saúde da pele. Contudo, é importante que seu uso seja consciente para evitar dependência de padrões irreais. Sugere-se a realização de mais estudos para aprofundar o entendimento sobre os efeitos da maquiagem, ampliando o conhecimento nesta área. A literatura atual é limitada, sendo necessário mais pesquisas rigorosas para consolidar evidências mais robustas.

REFERÊNCIAS

- [1] Souza A. Maquiagem e autoestima: o impacto da maquiagem na autoestima. 2024.
- [2] Martins RSG, Ferreira ZAB. A importância dos procedimentos estéticos na autoestima da mulher. ID Online Rev Multidiscip Psicol. 2020;14(53):443-53. Disponível em: <https://idonline.emnuvens.com.br/id/article/view/2693>
- [3] Pontes S. Maquiagem: um recurso para promover a autoestima. Palhoça; 2018.
- [4] Souza MT, Silva MD, Carvalho R. Revisão integrativa: o que é e como fazer. Rev Enferm UFPE. 2010;4(1):102-8.
- [5] Bariani ICD, Dias CG, Miranda I, Colosso M, Rosa MMZ, Marciano RP, Vilela RR. Orientações para busca bibliográfica on-line. Psicol Educ Rev. 2007;26(1):45-60. doi:10.1590/S1678-51772007000100006

[6] Silva EA, Ferreira SA. O poder da maquiagem na autoestima de mulheres com acne. *ID Online Rev Psicol.* 2020;14(53).

[7] Diniz ACAE, Ferreira ZAB. A influência da maquiagem para o resgate da autoestima em mulheres. *ID Online Rev Mult Psic.* 2020;14(53):501-11. Disponível em: <https://idonline.emnuvens.com.br/id/article/view/2875>

[8] Fonseca JS, Silva KBB, Silva RCR, Santana MLP. Imagem corporal e autoestima em adolescentes da rede pública estadual de Salvador-Bahia. *Rev Pesqui Cuid Fundam.* 2023;15(1):e4369. doi:10.9789/2175-5361.rpcfo.v15.4369

[9] Veçoso F, et al. Effect of makeup use on depressive symptoms and self-esteem: a randomized controlled trial. *J Affect Disord.* 2024;320:145-52.

[10] Kim HJ, Yun MY, Kim SH. A study on makeup status, appearance satisfaction, and self-esteem of middle school students in Kwangju area. *J Korean Soc Cosmetol.* 2024;30(4):863-72. doi:10.52660/JKSC.2024.30.4.863

[11] Panissi KC, Osório FL. Effectiveness of a self-makeup program for Brazilian women with breast cancer. *J Psychosoc Oncol.* 2022;40(5):666-76. doi:10.1080/07347332.2021.1981513

[12] Özkesici Kurt B. Comparison of the psychosocial impact of acne in adolescents and adults: body satisfaction, self-esteem and quality of life. *J Cosmet Dermatol.* 2022;21(2):836-43. doi:10.1111/jocd.14151