

**A INFLUÊNCIA DA AUTOMAQUIAGEM NA AUTOCONFIANÇA DA
MULHER TRABALHADORA¹**
***THE INFLUENCE OF AUTO MAKEUP ON THE SELF-CONFIDENCE OF
WORKING WOMAN***

Érica De Bona Zisinio²

Lara Bez Fontana³

Resumo: Introdução: O bem-estar feminino é constantemente subestimado pela sociedade, as mulheres se dedicam não apenas a trabalhos remunerados, mas também com o trabalho doméstico, o que sobrecarrega sua rotina e faz com que seu autocuidado seja ignorado, resultando em baixa autoestima e menos desempenho para realizar suas atividades diárias. **Objetivo:** Analisar a influência da automaquiagem na autoconfiança de mulheres trabalhadoras de uma empresa do ramo da estética do sul de Santa Catarina. **Metodologia:** Pesquisa epidemiológica descritiva transversal quantitativa. Participaram do estudo onze (11) mulheres trabalhadoras. Os dados foram coletados na primeira semana de novembro de 2021. Foi enviado um questionário *on-line*, encaminhado via *link* por *e-mail* institucional individual para as trabalhadoras que atenderam aos critérios de inclusão do estudo. Foram utilizados os seguintes instrumentos: termo de consentimento livre e esclarecido, e, questionário com perguntas estruturadas via formulário do *Google*. Os dados obtidos foram analisados e descritos através dos diagramas e tabelas via *Google* Documentos. **Resultados:** Observou-se o autoconhecimento e reflexão sobre como o uso da maquiagem pode proporcionar mais autoconfiança às mulheres, assim como auxiliar na melhoria do desempenho em suas atividades diárias. **Conclusão:** Conclui -se que a automaquiagem auxilia na autoconfiança e desempenho no trabalho.

Palavras-chave: Mulheres. Mulheres Trabalhadoras. Confiança.

Abstract: Introduction: Women's well-being is constantly underestimated by society, women dedicate themselves not only to paid work, but also to housework, which overloads their routine and causes their self-care to be ignored, resulting in low self-esteem and less performance to carry out their daily activities. **Objective:** To analyze the influence of makeup on the self-confidence of women workers in a healthcare company in southern Santa Catarina. **Methodology:** An online questionnaire was applied at an Aesthetics Clinic in Tubarão named Magrass, in which eleven (11) employees from the sectors whose use of makeup is required daily were interviewed. Contact was made through the institutional email of each one. First,

¹ Artigo de conclusão do curso Superior de Tecnólogo em Estética e Cosmética da Universidade do Sul de Santa Catarina – UNISUL. Tubarão, 2021. Orientadora: Prof. Daniella Koch de Carvalho, Me do Curso Superior de Tecnologia em Estética e Cosmética da Universidade do Sul de Santa Catarina – Unisul. daniella.koch@animaeducacao.com.br

² Acadêmica do Curso Superior de Tecnologia em Estética e Cosmética da Universidade do Sul de Santa Catarina – Unisul. debonaerica@gmail.com

³ Acadêmica do Curso Superior de Tecnologia em Estética e Cosmética da Universidade do Sul de Santa Catarina – Unisul. larabezfontana09@gmail.com

they were notified about the research and soon after they received the consent form for participation, once signed, the link to the questionnaire was made available to be answered. The data obtained were analyzed and described through diagrams and tables via Google Documents. **Results:** Self-knowledge and reflection on how the use of makeup can provide more self-confidence to women was observed, as well as helping to improve performance in their daily activities. **Conclusion:** It is concluded that makeup helps in self-confidence and performance at work.

Keywords: Women. Working Women. Confidence

1 INTRODUÇÃO

A partir do Século XX, frente ao cenário de guerras mundiais, em que a maioria dos homens eram recrutados – e muitos deles, quando retornavam, encontravam-se com lesões permanentes, impossibilitando o trabalho –, as mulheres foram compelidas a iniciar sua independência financeira e ingressar no mercado de trabalho para suprir o sustento de suas famílias. Apesar disso, devido ao contexto cultural familiar e ao fato de que muitas vezes não possuíam quem as substituíssem em casa, as mulheres acabaram não se desvinculando do serviço doméstico, resultando em duas jornadas de trabalho¹.

Essa estrutura familiar em que a mulher se via perante a uma jornada laboral dupla, permanece até hoje. Com a constante sobrecarga de afazeres, seu bem-estar e autoestima são afetados e completamente ignorados, resultando em uma desmotivação e uma baixa autoconfiança na vida e no trabalho. A maquiagem pode vir como uma ferramenta de apoio para essas mulheres, pois pode cobrir características indesejadas e ajudá-las a sentir mais confiança para enfrentar seus desafios diários, além de transmitir mais profissionalismo e seriedade².

A maquiagem é um instrumento de embelezamento de fácil acesso, que, segundo historiadores, surgiu em torno de 3000 a.C, ainda no Egito Antigo. Na época, utilizavam-se produtos com base em carvão e seu uso também possuía cunho religioso, além disso os guerreiros se pintavam para mostrar força e até camuflagem nas batalhas, já foi utilizado como forma de comunicação entre as tribos e determinava posição social. Hoje, torna-se ainda mais útil, visto que no mercado de trabalho a imagem pessoal é como um cartão de visita e a maquiagem pode auxiliar a moldura da imagem ou aprimoramento de cada indivíduo, permitindo-lhe ver-se em diferentes versões^{3,4}.

Todavia, a relevância de se maquiar vai além dos efeitos causados no próximo, visto que praticar o autocuidado é capaz de promover resultados positivos intrínsecos, mostrando que se automaquiar não possui apenas sentido de embelezar, mas é também um eficiente instrumento para reforçar seu estilo, sua personalidade e sua atitude, levando a um aumento da sua autoconfiança⁵.

Dentro do mercado de trabalho, algumas empresas já adotaram como requisito para as mulheres que trabalham com atendimento ao público o uso diário da maquiagem para transparecer uma boa imagem e confiança aos seus clientes. Baseado nisso, o problema de pesquisa a ser abordado no estudo proposto é saber “Qual a influência da automaquiagem na autoconfiança das mulheres trabalhadoras de uma empresa do ramo de estética do Sul de Santa Catarina?”. Dessa forma, justifica-se a importância da produção deste estudo, a medida que a relação da imagem e o bem estar da mulher é ignorada, tanto que pouco se fala sobre o assunto na comunidade acadêmica - quando citada a automaquiagem como precursora da evolução desse bem estar -, ainda que a maquiagem seja um recurso de fácil aquisição e determinante na autoestima feminina.

Com isso, objetiva-se analisar a influência da automaquiagem na autoconfiança de mulheres trabalhadoras de uma empresa do ramo da estética do sul de Santa Catarina. Tendo como objetivos específicos; compreender a política da empresa no que se refere a automaquiagem no trabalho; observar como a questão da automaquiagem é abordada no momento da contratação das mulheres trabalhadoras; inferir sobre a existência de suporte e capacitação para a realização da automaquiagem no ambiente laboral; verificar se a maquiagem no ambiente de trabalho constitui-se numa ferramenta de empoderamento ou de cumprimento de uma obrigação.

Dessa forma, tenta-se compreender os efeitos que se maquiar traz à própria utilizadora e quais benefícios eles podem gerar, indo além da compreensão de que seu uso é relevante apenas na imagem transmitida aos outros e dando importância à imagem que a mulher tem de si mesma. Assim, este trabalho busca desvelar como as mulheres realmente se sentem ao estarem maquiadas para encararem seus desafios diários e, assim, identificar qual a influência da automaquiagem na autoconfiança da mulher.

2 A MAQUIAGEM E A AUTOCONFIANÇA

O bem-estar feminino é frequentemente subestimado pela sociedade. Isso se dá por muitos fatores, entre os quais destaca-se o número de excesso de horas dedicadas ao trabalho (seja em atividades remuneradas seja em afazeres domésticos) que chega a 18,5 horas semanais; número 70% (setenta por cento) maior que dos homens que, segundo estudo publicado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em 2019, dedicam cerca 10,5 horas⁷. Além disso, os fatores hormonais também exercem influência no bem-estar das mulheres e, embora muitas vezes sejam deixados de lado, ou até mesmo menosprezados, estudos comprovam que as mulheres se tornam menos produtivas, capazes de se concentrar, socializar

ou manterem-se calmas em determinados momentos, em virtude de episódios como o período menstrual e a menopausa⁸ – e, mesmo assim, se submetem às mesmas tarefas e exigências diárias.

O fato de a relação da imagem estética com o bem-estar feminino ainda ser frágil, pode ser confirmado também pelo pouquíssimo conteúdo sobre instrumentos de apoio à autoconfiança e ao bem-estar da mulher disponíveis pela comunidade científica. A maquiagem, aliás, é um exemplo disso. Embora altamente eficaz, geradora de reflexos de larga escala e disponível para pessoas de todas as classes sociais, ainda é pouco estudada no campo acadêmico⁹.

No entanto, algumas pesquisas mostram que o autocuidado, assim como a própria vaidade, quando exercidos de forma sadia, são capazes de elevar o grau de autoconfiança do indivíduo, além de proporcionar sentimento de conforto com o corpo e uma visão positiva de si mesmo, permitindo o desenvolvimento da capacidade de enxergar os próprios pontos fortes e fracos^{5,6}.

Nesta perspectiva, considerando que toda mudança exterior promove reações e mudanças internas¹⁰, a maquiagem torna-se um significativo instrumento para melhoria da autoimagem, pois a mudança de características corporais, em especial as faciais, (que revelam cansaço, indisposição ou abatimento), podem gerar uma melhora desses aspectos, já que a maquiagem possui o poder de alterar e camuflar esse estado temporário, além de ter como principal função destacar as características positivas¹¹. Todavia, não se trata de esconder o mal-estar, as imperfeições ou mesmo o “ser real” atrás da maquiagem, como se ela fosse uma máscara, e sim explorar as variadas possibilidades do uso desta ferramenta, que tem por conteúdo produtos de diversas cores e formas cosméticas para tal realização^{9,11}.

Assim, pode-se afirmar que a autoestima influenciada pela estética, apesar de ainda ser vista muitas vezes como fútil e não essencial, pode auxiliar no desenvolvimento da autoestima positiva, incutida por meio de uma “vaidade saudável”, não se constituindo, portanto, em sinônimo de narcisismo^{5,6}. Além do mais, a maquiagem, – que não é de exclusividade profissional, pois o próprio indivíduo possui capacidade para realizar sua maquiagem – não tem apenas utilidade no sentido de embelezar, mas também é um poderoso instrumento para reforçar o estilo, a personalidade e/ou a atitude do indivíduo que a utiliza, levando a uma elevação da sua autoconfiança^{5,11}.

Portanto, o entendimento por parte das mulheres de que a maquiagem é um instrumento de fácil acesso para elevação de sua autoconfiança, pode proporcionar a abertura de diferentes “portas” em suas vidas, como, por exemplo, um maior desenvolvimento e sucesso no mercado de trabalho, visto que a autoconfiança, determinada como o sentimento de segurança em suas

próprias competências, é instrumento essencial para atitudes de iniciativa, proatividade, inovação e condução de processos¹². Além disso, quando é possibilitado ao indivíduo reverter qualquer característica que possa causar auto rejeição ou sensações contrárias ao de bem-estar, um efeito cascata é gerado em vários aspectos de sua vida, levando-o inclusive a uma sensação semelhante à de liberdade¹³.

Logo, a afirmação de que o bem-estar feminino está diretamente ligado à sua imagem estética, não deve mais ser vista como um fator negativo e banal, mas sim como uma porta de fácil acesso para a melhoria de sua autoconfiança, levando em consideração que a maquiagem é um simples e eficaz recurso para realçar seus pontos positivos, também como expressar suas ideias e personalidade independente de modas ou padrões de beleza^{5,11}.

Por isso, é de grande relevância analisar a influência da automaquiagem na autoconfiança de mulheres trabalhadoras, sendo que este estudo se relaciona a uma empresa do ramo de estética do sul de Santa Catarina.

3 METODOLOGIA

Com o intuito de obter um retrato da relação das mulheres trabalhadoras com a maquiagem, foi elaborado um estudo epidemiológico descritivo transversal, no qual fator e efeito foram observados num mesmo momento histórico¹⁴. Quanto à pesquisa, recorreu-se à abordagem quantitativa, cuja linguagem utilizada para descrever as causas de um fenômeno e as relações entre as variáveis é matemática¹⁵. Além disso, ainda em relação a pesquisa, ocorreu por meio de levantamento de dados (ou *surveys*), que é como define-se os estudos de pesquisa quantitativo-descritiva, em que ocorre uma coleta de informações de uma amostra de indivíduos ou objetos sobre a distribuição de características ou fenômenos que ocorrem de forma natural¹⁶.

Para a presente pesquisa a população foi censitária, em que foram selecionadas todas as mulheres funcionárias dos setores da Clínica de Emagrecimento Saudável para Mulheres MAGRASS, da cidade de Tubarão/SC, tendo no total 11 mulheres, mediante assinatura do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), conforme apêndice (APÊNDICE A).

A relevância da escolha se deu ao tipo de atendimento que é prestado na empresa e ao convívio diário em que as mulheres têm com a maquiagem, sendo que a população não estatística selecionada por critério de conveniência são as colaboradoras que entram em contato com clientes e pacientes.

Dos critérios necessários para a participação da pesquisa, pode-se destacar o fato de serem mulheres com vínculo empregatício com a empresa em cargos em que o uso diário de maquiagem é solicitado. Quanto aos critérios de exclusão, não participam da pesquisa funcionários menores de 18 (dezoito) anos e as mulheres que optarem por não participar.

O instrumento utilizado para registrar a coleta de dados da pesquisa foi um questionário com questões objetivas (APÊNDICE B) – cuja execução deu-se de forma *on-line*, através do Formulários *Google*, em que é possível realizar a construção de um questionário e compartilhá-lo por meio de um *link* em que as próprias voluntárias puderam acessar e responder. No questionário, a variável dependente torna-se “a influência da automaquiagem”, enquanto que as variáveis independentes foram “idade”, “tempo de trabalho”, “uso diário de maquiagem”, “confiança no atendimento”, “suporte de aprendizado de automaquiagem”, “maquiagem como ferramenta de autoestima”, “sentir-se bonita proporciona confiança”, “maquiagem proporciona autoconfiança”, “requisito uso diário de maquiagem”, “uso da maquiagem antes da empresa” “sentimento ao uso diário da maquiagem”, “suporte de aprendizado”, “tipo de suporte”, “suporte financeiro”, “autocuidado ou cumprimento de obrigação” e “desempenho no trabalho”.

Após a aprovação do Comitê de Ética em Pesquisa (CEP), foi iniciada a coleta de dados. Primeiramente foi realizado contato com a instituição onde a aplicação da pesquisa foi autorizada, coletou-se o *e-mail* institucional de todas as possíveis voluntárias que, previamente, foram informadas pela empresa sobre a pesquisa. Inicialmente, um *e-mail* foi enviado de forma individual a cada participante com esclarecimentos sobre a pesquisa, incluindo informações como, por exemplo, a data limite em que deveriam responder o questionário e a importância do estudo e da colaboração de todas, como também o TCLE e a orientação para preenchê-lo, respondendo o *e-mail*, e guardando consigo uma via do documento.

Além disso, nesse *e-mail*, cada participante recebeu a informação de que poderia desistir da pesquisa a qualquer momento – mesmo após o TCLE preenchido e o questionário respondido –, tendo o direito de não responder as perguntas das quais pudesse sentir qualquer tipo de constrangimento, bem como buscar suporte através do endereço de *e-mail* fornecido caso tivesse qualquer tipo de dúvida.

Para que a desistência da pesquisa pudesse ocorrer após o envio do questionário respondido pela participante, o mesmo conteve duas perguntas que foram utilizadas como código de desistência (como estava descrito na própria pergunta), uma solicitando a data de nascimento e outra as iniciais do nome da mãe da colaboradora. Dessa forma, na decisão de desistir da pesquisa, esses dois dados seriam solicitados para que o questionário correto pudesse ser identificado e descartado, no presente estudo não houve nenhuma desistência.

Posteriormente ao preenchimento do documento, as participantes receberam um novo *e-mail* com o link de acesso (<https://forms.gle/furDuEigsYwg5czH6>), que as direcionaram ao questionário da pesquisa. Finalizando as respostas, o questionário foi salvo e automaticamente encaminhado ao seu criador na plataforma Formulários *Google*. Próximo ao final do prazo de resposta, uma terceira mensagem foi enviada às participantes que ainda não tinham respondido o formulário, lembrando-as da necessidade de sua participação. A aplicação do questionário – que realizou-se de forma *on-line* – aconteceu na primeira semana do mês de novembro de 2021.

Os dados obtidos foram armazenados em um banco de dados utilizando a ferramenta “Planilhas *Google*”, no qual foram analisados e automaticamente transformados em dados estatísticos descritivos.

O presente estudo foi submetido e aprovado pelo Comitê de Ética e Pesquisa (CEP) em Seres Humanos da Plataforma Brasil, do Ministério da Saúde, sob o parecer de número 5.065.459. Sendo orientada pela Resolução 466/12 e 510/16, tal como o Ofício Circular Nº 2/2021/CONEP/SECNS/MS do Conselho Nacional de Saúde, respeitando os seguintes aspectos: assinatura da voluntária no TCLE; direito de participar ou não do estudo; preservação

do anonimato; sigilo das informações que não autorizem ou não desejem a divulgação; restituição dos dados para as participantes do estudo e para a Universidade em forma de apresentação do trabalho final do curso¹⁷. Como riscos, teve-se os seguintes aspectos: a) o constrangimento ao responder o questionário, que, caso ocorresse, a funcionária poderia entrar em contato pelo *e-mail suportedepesquisaunisul@gmail.com* criado pelas autoras da pesquisa exclusivamente para suprir todo o suporte necessário; e b) a exposição dos dados na rede, que, em contrapartida, deixou-se claro que nenhum dado pessoal seria exigido no questionário (exceto a data de nascimento utilizada como código de desistência), para que, assim, a identificação da funcionária não fosse possível.

Como benefícios tornou-se possível listar os seguintes fatores: a) a reflexão sobre como o uso da maquiagem no dia a dia pode ajudar as mulheres a se sentirem mais autoconfiantes e contribuir para seu desempenho profissional; b) maior abrangência de conteúdo das áreas para o âmbito social; e c) o incentivo às mulheres a se permitirem e se verem em uma versão diferente, melhorando a sua autoestima.

A devolutiva dos resultados e a conclusão da pesquisa irá ocorrer através do encaminhamento do material para a empresa, que será reencaminhado para todas as funcionárias participantes, após aprovação em banca examinadora do trabalho de conclusão de curso.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

O presente estudo foi realizado com onze (11) mulheres com vínculo empregatício na clínica de Estética Integrada Magrass da cidade de Tubarão, sendo todas maiores de 18 anos. A coleta de dados foi iniciada dia 01 de novembro e se estendeu até dia 10 de novembro.

Através de um questionário foi coletado os seguintes dados para identificação e possível desistência das participantes: Data de nascimento e o tempo de trabalho na empresa, como mostrado na tabela 1.

Tabela 1 - Identificação das participantes

Questão	Variável	Quantidade	Sequência
Idade	18-25 anos	3	30%
	26-35 anos	3	30%
	36-45 anos	3	30%
	46-55 anos	2	20%
	>55 anos	0	0%
Tempo na Empresa	1-6 meses	0	0%
	6 meses à 1 ano	2	18,2%
	1-2 anos	2	18,2%
	>3 anos	7	63,3%

Fonte: Elaboração das autoras, 2021.

Analisando os dados dessa primeira tabela, é possível observar que a empresa possui funcionárias com variadas idades e, a maioria, com mais de 3 anos de contratação, o que nos leva a refletir que, pelo fato de a maquiagem ser de fácil acesso - inclusive para todas as idades - o tempo exercido na empresa em contato com a maquiagem diariamente as torna capaz de discernir suas opiniões quanto ao assunto e responder com propriedade se a maquiagem se mostra eficaz em relação ao seu bem estar, como trazemos na literatura^{5,6,9}.

Além do mais, muitas das mulheres que são submetidas a uma jornada laboral dupla - doméstica e remunerada - iniciam muito cedo, fazendo que seu bem-estar seja colocado a prova

ainda jovens, mas que não impede de a maquiagem ser apresentada como reparo desse bem-estar, já que sua aquisição não possui restrição de idade.^{5,7,9}

Tabela 2 - Dados sobre o uso de maquiagem no trabalho.

Questão	Variável	Quantidade	Sequência
Uso diário de maquiagem	Sim	11	100%
	Não	0	0%
	Às vezes	0	0%
Sentir-se mais bonita maquiada	Sim	11	100%
	Não	0	0%
	Um pouco	0	0%
Maquiagem como ferramenta de autoconfiança	Sim	11	100%
	Não	0	0%
Confiança no atendimento	Sim	11	100%
	Não	0	0%

Fonte: Elaboração das autoras, 2021.

Na tabela 2, pode-se perceber que as participantes confirmaram, de forma unânime, que o uso da maquiagem é obrigatório todos os dias na empresa, ao mesmo tempo que todas reconhecem sentir melhoria no seu desempenho profissional. A autoconfiança é um fator determinante na atuação de uma boa profissional, tendo em vista que incita atitudes como a de produtividade em suas atividades¹².

É dessa forma que a maquiagem pode servir como ferramenta de apoio a essas mulheres, pois, além de disfarçar características de abatimento ou qualquer outra oposta ao sentimento de bem-estar, auxilia no estímulo desse sentimento de confiança, auxiliando a enfrentar seus desafios diários, além de transmitir mais profissionalismo e seriedade para os clientes dentro do ambiente e trabalho.²

Tabela 3 - Uso da maquiagem

Questão	Variável	Quantidade	Sequência
Requisito do uso de maquiagem	Sim	6	54,5%
	Não	5	45,5%
Uso da maquiagem antes da empresa	Sim	6	54,5%
	Não	5	45,5%

Fonte: Elaboração das autoras, 2021.

Nesta tabela é possível notar que foram obtidos resultados similares para ambas as questões, já que pouco mais que 50% das funcionárias relataram serem informadas sobre o requisito da empresa em relação ao uso diário da maquiagem para o trabalho antes ou no momento da contratação, o que é uma característica importante na comunicação entre a empresa e o funcionário e, por isso, deve receber atenção.

Além disso, 45,5% das participantes também responderam não fazerem uso de maquiagem antes de ingressarem na empresa, o que indica que mais da metade já tiveram experiência suficiente com o uso desse instrumento para compreender seus efeitos, tendo em vista que, no âmbito profissional, a maquiagem pode ter influência numa primeira percepção do cliente com a representante da empresa que o atende, porque uma boa imagem é relacionada a cuidado e atenção. Dessa forma, a imagem passa a ser como um cartão de visita, pois pode influenciar numa boa impressão, mas também pode ser sinônimo de um melhor desempenho, já que a mulher se sente mais autoconfiante quando está confortável com a sua imagem. Logo, a maquiagem pode vir a se tornar um poderoso instrumento de auxílio da sua moldura, reforçando suas atitudes e transparecendo mais profissionalismo e autoridade aos clientes^{3,4}.

Tabela 4 - Suporte da empresa ao requisito

(continua)

Questão	Variável	Quantidade	Sequência
Suporte de aprendizado	Sim	5	45,5%
	Não	6	54,5%

Tipo de suporte	Curso online	0	0%
	Curso presencial	3	27,3%

Fonte: Elaboração das autoras, 2021.

Tabela 4 - Suporte da empresa ao requisito

			(conclusão)
Tipo de suporte	Workshop	1	9,1%
	Palestra	0	0%
	Outro	1	9,1%
	Não ofereceu suporte	6	54,5%
Suporte financeiro	Sim	1	9,1%
	Não	10	90,9%

Fonte: Elaboração das autoras, 2021.

Ao analisar a tabela 4, podemos perceber que a maioria das participantes não receberam um suporte de aprendizado suficiente para que a exigência de estarem maquiadas todos os dias fosse cumprida, enquanto a minoria participou de cursos presenciais e workshops, o que poderia ser disponibilizado para todas ao ingressarem na empresa.

Além disso, apesar de que a maquiagem é um instrumento de fácil aquisição, na utilização diária pode proporcionar um peso financeiro significativo para a funcionária, mas podemos perceber que apenas uma minoria recebe suporte financeiro adequado para compra e uso da mesma. Fornecer suporte financeiro é importante para incentivar a funcionária dar continuidade e executar cada vez melhor essa prática, já que é relevante para a empresa, sendo que seu uso não apenas traz utilidade de embelezamento, mas também se torna um poderoso instrumento para reforçar o estilo, a personalidade e/ou a atitude do indivíduo que a utiliza^{5,11}

Tabela 5 - Sentimento ao uso da maquiagem no trabalho

			(continua)
Questão	Variável	Quantidade	Sequência
Autocuidado ou cumprimento de obrigação	Autocuidado e profissionalismo	9	81,8%
	Cumprimento de obrigação	2	18,2%

Fonte: Elaboração das autoras, 2021.

Tabela 5 - Sentimento ao uso da maquiagem no trabalho

			(conclusão)
Desempenho no trabalho	Sim	8	72,7%
	Não	3	27,3%

Fonte: Elaboração das autoras, 2021.

Na tabela 5, é possível perceber que a relevância do uso da maquiagem no trabalho é reconhecida pelas próprias utilizadoras, tendo em vista que 81,8% das participantes relataram esse ato como de autocuidado e profissionalismo e não como apenas um cumprimento de obrigação, buscando assim pelo seu bem-estar e autoestima para ter um desempenho muito melhor na sua rotina de trabalho. A maquiagem é um instrumento de elevação da autoconfiança e pode proporcionar a abertura de diferentes “portas”, como, por exemplo, um maior desenvolvimento e sucesso no mercado de trabalho, visto que a autoconfiança, determinada como o sentimento de segurança em suas próprias competências, é instrumento essencial para atitudes de iniciativa, proatividade, inovação e condução de processos¹².

Por fim destacamos que o objetivo do estudo foi atingido, pois conseguimos avaliar os benefícios que a automaquiagem traz para a empresa e funcionárias e como pode contribuir para a melhora da autoconfiança das mulheres no trabalho. A automaquiagem no dia a dia se mostrou eficaz, pois, segundo os dados obtidos, apresenta uma melhora no desempenho das mulheres em relação a sua produtividade e autoconfiança nos atendimentos. Disponibilizar meios de aprendizado para as mulheres aprenderem a se auto maquiar para o trabalho é um investimento certo que poderia ser fornecido pela empresa, podendo auxiliar assim na produtividade de suas contratadas.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa apresentou dados relevantes quanto à influência do uso da maquiagem perante o ambiente de trabalho. A partir de uma análise das informações obtidas, foi possível observar que a utilização desse instrumento - que é de fácil acesso - pode induzir respostas positivas quanto ao bem-estar da mulher diante de sua autoimagem. Dentre os dados adquiridos, reconhece-se que de forma unânime, as participantes relatam que a maquiagem permite-lhes sentir-se mais bonitas e autoconfiantes ao estarem maquiadas.

Apesar dos pontos positivos reconhecidos, as funcionárias relataram não receber suporte financeiro da empresa tanto quanto ao aprendizado, além de que muitas não foram previamente avisadas quanto ao requisito diário de tal prática.

Desta forma, ao passo que a elaboração desse estudo permitiu reconhecer que a utilização de maquiagem além de ser uma ferramenta de autocuidado influencia positivamente nas suas tarefas diárias e no seu bem-estar, tal qual é capaz de gerar mais autoconfiança e disposição ao atender os clientes, mostra-se relevante que as empresas invistam nesse requisito, incentivando a utilização e dando suporte para que esta função possa ser exercida, tanto através de cursos ou palestras quando financeiro.

REFERÊNCIAS

1. Simões FIW, Hashimoto F. Mulher, mercado de trabalho e as configurações familiares do século XX. Rev Revista Multidisciplinar Vozes dos Vales da UFVJM [Internet], 2012 [acesso 2021 Mai 30]; 1(02):1-25. Disponível em: http://site.ufvjm.edu.br/revistamultidisciplinar/files/2011/09/Mulher-mercado-de-trabalho-e-as-configura% c3% a7% c3% b5es-familiares-do-s% c3% a9culo-XX_fatima.pdf
2. Teixeira F, Melo V. O impacto da maquiagem na autoestima de mulheres com câncer de mama. [trabalho de conclusão do curso] Tubarão (SC); Universidade do Sul de Santa Catarina, 2019. Disponível em: <https://riuni.unisul.br/bitstream/handle/12345/7740/Artigo%20Final.pdf?sequence=1&isAllowed=y#:~:text=Todas%20as%20volunt%C3%A1rias%20declararam%20que,contra%20o%20c%C3%A2ncer%20de%20mama>
3. Oliveira LTC, Leão JG, Malcher MA. Trabalho apresentado do DT 6 - Interfaces Comunicacionais da Intercom Júnior – XI Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. [Internet] 4-7 Set 2015; [acesso 2021 Mai 30] Rio de Janeiro (RJ). Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R10-1469-1.pdf>
4. Oneda L, Perin M, Thives F. A influência da maquiagem na imagem pessoal. [trabalho de conclusão de curso] Balneário Camburiú, SC; Universidade do Vale do Itajaí, 2018. [acesso em 2021 Mai 30] Disponível em: <http://siaibib01.univali.br/pdf/Luana%20Lays%20Oneda%20e%20Mariana%20Perin.pdf>
5. Silva F, Pontes S. Automaquiagem: a influência na autoestima das mulheres. [trabalho de conclusão do curso]. Tubarão (SC); Universidade do Sul de Santa Catarina; 2017.
6. Tornambe R. A fórmula do cálculo da beleza. 1. ed. São Paulo, Matrix, 2010.
7. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Mulheres dedicam quase o dobro do tempo dos homens em tarefas domésticas [internet]. Rio de Janeiro: Censo Agro, 2017. [acesso em 2021 Mai 30]. Disponível em: <https://censos.ibge.gov.br/agro/2017/2012-agencia-de-noticias/noticias/24267-mulheres-dedicam-quase-o-dobro-do-tempo-dos-homens-em-tarefas-domesticas.html>
8. Moraes LB. Os impactos da TPM no ambiente de trabalho: um estudo de caso em uma empresa de seguros de Brasília. [trabalho de conclusão de curso] Brasília (DF);

Monografia (Graduação) - Faculdade de Tecnologia e Ciências Sociais Aplicadas - FATECS, Centro Universitário de Brasília, 2007.

9. Dutra G, Pontes S. Maquiagem: Um recurso para promover a autoestima. [trabalho de conclusão de curso] Tubarão (SC); Universidade do Sul de Santa Catarina; 2018.
10. Hallawell P. Visagismo integrado: identidade, estilo e beleza. 2. ed. São Paulo: SENAC, 2008.
11. Molinos D. Maquiagem. 11. ed. São Paulo: SENAC, 2010.
12. Kamia M. Pílulas Mágicas para o sucesso: Como aumentar a autoconfiança e construir uma marca positiva no trabalho. 1. ed. Rio de Janeiro: Starlin Alta Editora, 2017.
13. Mckay M, Fanning P. Autoestima: como está a sua?. 1.ed. São Paulo: Centro de Estudos Vida & Consciência Editora, 2010.
14. Bordalo, AA. Estudo transversal e/ou longitudinal. Rev Para Med [Internet]. 2006 [cited 2020 May 22];20(4). Available from: http://scielo.iec.gov.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-59072006000400001
15. Silveira DT, Córdova FP. A pesquisa científica. In: Gerhardt TE, Silveira DT. Métodos de pesquisa. 2019;33-44.
16. Raven F. Roteiros de iniciação científica: os primeiros passos da pesquisa científica desde a concepção até a produção e apresentação. 672p. Ed Unisul. Palhoça. 2015.
17. Ministério da Saúde (Brasil), Conselho Nacional de Saúde. Resolução 466, 2012 Dez 12.

APÊNDICE A – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido



Universidade do Sul de Santa Catarina

Comitê de Ética em Pesquisa – CEP UNISUL

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE)

Participação do estudo

Você está sendo convidado(a) a participar da pesquisa intitulada “A influência da automaquiagem na autoconfiança da mulher trabalhadora”, coordenada por Fabiana Durante de Medeiros. O objetivo deste estudo é analisar a influência da maquiagem na autoconfiança de mulheres trabalhadoras de uma empresa do ramo da saúde do sul de Santa Catarina.

Caso você aceite participar, você terá que responder um questionário cujas perguntas são relacionadas com o uso diário da maquiagem no trabalho e como ela beneficia seu desempenho pessoal em suas atividades, o que deve despendar cerca de 10 minutos.

Riscos e Benefícios

Como riscos, têm-se os seguintes aspectos: a) o constrangimento ao responder o questionário, que, caso ocorra, a funcionária poderá entrar em contato pelo e-mail suportedespesquisaunisul@gmail.com criado pelas autoras da pesquisa exclusivamente para suprir todo o suporte necessário; e b) a exposição dos dados na rede, que, em contrapartida, deixa-se claro que nenhum dado pessoal será exigido no questionário (exceto a data de nascimento utilizada como código de desistência), para que, assim, a identificação da funcionária não seja possível.

Como benefícios podem-se listar os seguintes fatores: a) a reflexão sobre como o uso da maquiagem no dia a dia pode ajudar as mulheres a se sentirem mais autoconfiantes e contribuir para seu desempenho profissional; b) maior abrangência de conteúdo das áreas para o âmbito social; e c) o incentivo às mulheres a se permitirem e se verem em uma versão diferente, melhorando a sua autoestima.

Sigilo, Anonimato e Privacidade

O material e informações obtidas podem ser publicados em aulas, congressos, eventos científicos, palestras ou periódicos científicos, sem sua identificação.

Os pesquisadores se responsabilizam pela guarda e confidencialidade dos dados, bem como a não exposição individualizada dos dados da pesquisa. Sua participação é voluntária e você terá a liberdade de se recusar a responder quaisquer questões que lhe ocasionem constrangimento de alguma natureza.

TCLE - 1

Rubrica do participante ou representante legal

Rubrica do pesquisador responsável



Universidade do Sul de Santa Catarina
Comitê de Ética em Pesquisa – CEP UNISUL

Autonomia

Você poderá desistir da pesquisa a qualquer momento, sem que a recusa ou a desistência lhe acarrete qualquer prejuízo, basta apenas informar sua data de nascimento e as iniciais do nome da sua mãe após o pedido de desistência para confirmá-la. É assegurada a assistência durante toda a pesquisa, e garantido o livre acesso a todas as informações e esclarecimentos adicionais sobre o estudo e suas consequências. Você também poderá entrar em contato com os pesquisadores, em qualquer etapa da pesquisa, por e-mail ou telefone, a partir dos contatos dos pesquisadores que constam no final do documento.

Devolutiva dos resultados

Os resultados da pesquisa poderão ser solicitados a partir de janeiro de 2022, caso não recebam a devolutiva dos resultados obtidos pelo e-mail institucional na qual cada uma recebeu o link de acesso para o questionário. Ressalta-se que os dados coletados nesta pesquisa através do questionário somente poderão ser utilizados para as finalidades da presente pesquisa, sendo que para novos objetivos um novo TCLE deve ser aplicado.

Ressarcimento e Indenização

Lembramos que sua participação é voluntária, o que significa que você não poderá ser pago, de nenhuma maneira, por participar desta pesquisa. De igual forma, a participação na pesquisa não implica em gastos para você.

Após ser esclarecido sobre as informações da pesquisa, no caso de aceitar fazer parte do estudo, assinale o consentimento de participação salvando uma via consigo.

Consentimento de Participação

Li o termo de consentimento livre e esclarecido na descrição e concordo em participar da pesquisa (lembre-se de salvar uma cópia desse documento antes de nos enviar).

() Li e CONCORDO em participar da pesquisa

() Li e NÃO concordo em participar da pesquisa

Pesquisador (a) responsável (orientador (a)): Fabiana Durante de Medeiros

E-mail para contato: fabiana.medeiros@animaeducacao.com.br

Telefone para contato: (48) 99906-5383

Assinatura do (a) pesquisador (a) responsável:

TCLE - 2

Rubrica do participante ou
representante legal

Rubrica do pesquisador responsável



**Universidade do Sul de Santa Catarina
Comitê de Ética em Pesquisa – CEP UNISUL**

Outros pesquisadores:

Nome: Érica De Bona Zisinio

E-mail para contato: ericadebona@hotmail.com

Telefone para contato: (48)99947-6280

Assinatura do (a) aluno (a) pesquisador (a):

Nome: Lara Bez Fontana

E-mail para contato: larabezfontana09@gmail.com

Telefone para contato: (48) 99997-4145

Assinatura do (a) aluno (a) pesquisador (a):

O Comitê de Ética em Pesquisa em Seres Humanos (CEP) é composto por um grupo de pessoas que estão trabalhando para garantir que seus direitos como participante sejam respeitados, sempre se pautando pelas Resoluções 466/12 e 510/16 do Conselho Nacional de Saúde (CNS). O CEP tem a obrigação de avaliar se a pesquisa foi planejada e se está sendo executada de forma ética. Caso você achar que a pesquisa não está sendo realizada da forma como você imaginou ou que está sendo prejudicado de alguma forma, você pode entrar em contato com o Comitê de Ética da UNISUL pelo telefone (48) 3279-1036 entre segunda e sexta-feira das 13h às 17h e 30min ou pelo e-mail cep.contato@unisul.br

TCLE - 3

Rubrica do participante ou
representante legal

Rubrica do pesquisador responsável

APÊNDICE B – Questionário de Pesquisa



UNIVERSIDADE DO SUL DE SANTA CATARINA CAMPUS TUBARÃO TÉC. ESTÉTICA E COSMÉTICA

Caro colaborador, essa pesquisa tem como objetivo obter informações sobre as características da empresa em relação a automaquiagem, os efeitos que esse uso pode gerar em você e o trabalho. Pedimos que responda todas as questões com total sinceridade. Ressaltamos que toda e qualquer informação fornecida terá como único objetivo o desenvolvimento de um trabalho científico para a universidade, mantendo total sigilo e anonimato de sua identidade. Obrigada pela compreensão.

1. Qual sua data de nascimento (essa pergunta servirá como código de desistência da pesquisa)?

2. Quais as iniciais do nome da sua mãe (essa pergunta servirá como código de desistência da pesquisa)?

3. Há quanto tempo você trabalha na empresa?

- Entre 1 e 6 meses
- De 6 meses a 1 ano
- De 1 a 2 anos
- Mais de 3 anos

4. Você faz uso de maquiagem todos os dias para trabalhar?

- Sim
- Não
- Às vezes

5. Você sente que usar maquiagem lhe permite sentir-se mais bonita?

- Sim
- Não
- Um pouco

6. Você considera que estar maquiada faz com que você se sinta mais autoconfiante?

- Sim
- Não

7. Você acredita que sentir-se mais bonita lhe proporciona, de certa forma, mais confiança ao atender um cliente?

- Sim
- Não

- 8. No momento de sua contratação, lhe foi requisitado o uso diário de maquiagem?**
() Sim, fui informada no momento da contratação.
() Não, tive a informação depois de iniciar no trabalho.
- 9. Você utilizava maquiagem diariamente antes de ingressar nesta empresa?**
() Sim
() Não
- 10. Como você se sente em relação ao uso da maquiagem todos os dias?**
() Gosto muito, me ajuda a ter um bom desempenho durante o dia.
() Gosto, porém apenas em alguns dias.
() Não vejo diferença alguma.
- 11. A empresa lhe ofereceu suporte de aprendizado para a auto maquiagem diária como, cursos e workshops após a contratação?**
() Sim
() Não
- 12. Se sim, qual tipo de suporte?**
() Curso online
() Curso presencial
() Workshop
() Palestra
() Outro
() Não ofereceu suporte
- 13. A empresa lhe oferece suporte financeiro para que essa exigência seja cumprida?**
() Sim
() Não
- 14. O uso diário da maquiagem no trabalho, para você, se trata de uma ferramenta de autocuidado e profissionalismo ou de cumprimento de obrigação?**
() Autocuidado e profissionalismo
() Cumprimento de obrigação
- 15. Você concorda que o fato de estar diariamente maquiada influencia em seu desempenho no trabalho?**
() Sim
() Não