



CENTRO DE ESTUDO SUPERIOR DE ITAITUBA-LTDA
FACULDADE DE ITAITUBA- FAI
CURSO TECNOLÓGICO EM ESTÉTICA E COSMÉTICA

JAQUELINE SILVA E SILVA

**A PROCURA DO PÚBLICO MASCULINO POR PROCEDIMENTOS
ESTÉTICOS: Uma revisão bibliográfica**

ITAITUBA – PARÁ

2021

JAQUELINE SILVA E SILVA

**A PROCURA DO PÚBLICO MASCULINO POR PROCEDIMENTOS
ESTÉTICOS: Uma revisão bibliográfica**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à
Faculdade de Itaituba como requisito para
obtenção do título de Tecnólogo em Estética e
Cosmética.

Orientadora: Prof.^a Ma. Mara Aparecida Pereira do
Nascimento.

Itaituba – PA

2021

JAQUELINE SILVA E SILVA

**A PROCURA DO PÚBLICO MASCULINO POR PROCEDIMENTOS
ESTÉTICOS: Uma revisão bibliográfica**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado a Faculdade de Itaituba como requisito para obtenção do título de Tecnólogo em Estética e Cosmética.

Orientadora: Prof.^a Ma. Mara Aparecida Pereira do Nascimento.

BANCA EXAMINADORA:

Presidente/Orientadora: _____ Nota: _____

Prof.^a Ma. Mara Aparecida pereira do Nascimento

Avaliadora 1: _____ Nota: _____

Prof.^a Esp. Marcelia Jovelina Walfredo.

Avaliadora 2: _____ Nota: _____

Prof.^a Esp. Margaret Ferreira de Aguiar.

Resultado: _____ Nota: _____

Data: 10 de julho de 2021.

*Dedico a minha família, em especial
a minha mãe, Cátia Lima e ao meu pai,
Adelson Souza, por sempre acreditarem
em mim.*

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus por toda força concedida, e por está sempre presente comigo, ao meu pai Adelson a quem nunca desacreditou que conseguiria e que sempre me passou confiança e forças pra seguir cada passo, a minha mãe que mesmo de longe assim como meu pai me acalmava e me transmitia pensamentos positivos e em meio a tantas dificuldades estava sempre comigo.

A minha tia Ivania na qual me abrigou em sua casa com todo amor e carinho, mostrando que para se conseguir algo devemos sempre que lutar, ao meu tio Raimundo Nonato por ter me incentivado a tomar o impulso inicial de começar essa jornada, a todos meus irmãos Lilia Silva, Raimundo Nonato Silva, Waltrudes Silva em especial Lídia Silva por todo apoio financeiro e psicológico.

Também a minha amiga Raquel Sanches por sempre está ao meu lado, e por toda ajuda a mim prestada, a minha vizinha Thatiele que de forma direta me ajudou a continuar nessa conquista.

As colegas de turma que de forma direta e indiretamente fazem parte dessa etapa da minha vida, em especial Nayara Miranda, Maiara dos Santos e Manoela Gomes que sempre estava me dando apoio e ajudando e que de maneira especial vou sempre lembrar todas elas.

A Lucélia Nunes por toda a ajuda concedida no desenvolvimento desse trabalho, na qual não mediu esforço, e se dispôs a me ajudar, aos meus sogros Juvenal Alves, Aparecida e toda a família Nunes que de braços abertos me acolheram com carinho.

Não posso deixar de citar a equipe Walkiria Barbosa, Joab Melo, e Pricylla Barbosa da clinica Genesis Therapy, que me ajudou e a continua ajudando a me tornar uma profissional já atuante da área.

A instituição FAI por ofertar o curso e a todos dos professores pela disponibilidade de conhecimento, em especial, a minha professora orientadora Mara, por assumir e auxiliar na conclusão deste trabalho.

*“O fim determina o valor do
esforço”.*

Autor desconhecido.

RESUMO

Este estudo tem como objetivo geral demonstrar o crescimento da procura do público masculino por procedimentos estéticos, perfazendo para alcance desse objetivo os seguintes objetivos específicos: descrever motivações para a busca por procedimentos estéticos por parte dos homens e identificar os procedimentos estéticos mais procurados por estes. O caminho metodológico aponta para uma pesquisa de natureza básica, exploratória e descritiva, contando com abordagem qualitativa e tendo como procedimento técnico uma revisão de literatura trazendo para discussão autores tais como Azevedo (2005), Bertoli (2015), Oliveira et al. (2014), Pereira et al. (2008) e Van de Graaff (2003), entre outros de relevância para a investigação proposta. Verificou-se que o mercado da beleza está cheio de possibilidades e as mulheres continuam sendo a força motriz nos tratamentos estéticos, mas é cada vez mais nítido o aumento da adesão dos homens em tratamentos estéticos. Verificou-se que os homens cuidam da sua estética corporal e facial para o relacionamento amoroso, para seu bem-estar, para a melhorar a autoestima, pelo cuidado com a saúde, pela higiene pessoal e para o sucesso profissional, visto que a melhor aparência é um diferencial. Concluiu-se que em virtude das mudanças que estão ocorrendo no mercado da estética, lançando um olhar para procura de procedimentos estéticos pelo público masculino, se faz necessário que o profissional da Estética busque informações aprofundadas quanto às peculiaridades do público masculino, no diz respeito aos aspectos fisiológicos bem como, capacitação quanto aos procedimentos estéticos diferenciados direcionados aos homens.

Palavras-chave: Homem. Tratamentos. Estéticos.

ABSTRACT

The general objective of this study is to demonstrate the growing demand of the male public for aesthetic procedures, making the following specific objectives to reach this general objective: to describe motivations for the search for aesthetic procedures by the male public and to identify the most sought after aesthetic procedures by men. The theme of this study was chosen because of the changes that are taking place in the aesthetics market, taking a look at the search for aesthetic procedures by the male public that professionals seek information, training to increasingly adapt to the demands and needs of the client. The methodological path points to a research of a basic, exploratory and descriptive nature, relying on a qualitative approach and having as a technical procedure a literature review bringing to discussion authors Azevedo (2005), Bertoli (2015), Oliveira et al. (2014), Pereira et al. (2008) and Van de Graaff (2003), among others of relevance to the proposed investigation. It was found that the beauty market is full of possibilities and women continue to be the driving force in aesthetic treatments, but the increase in men's adherence to aesthetic treatments is increasingly clear. Men take care of their body and facial aesthetics for a romantic relationship, for their well-being, to improve self-esteem, for health care, for personal hygiene, and for professional success, since the best appearance is a differential.

Keywords: Man. Treatments. Aesthetics.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	9
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	11
2.1 TRATAMENTOS ESTÉTICOS: UM MERCADO EM ASCENSÃO	11
2.2 A PELE HUMANA: FISIOLOGIA, TIPOLOGIA E ESTRUTURA.....	12
2.3 A PELE MASCULINA: CARACTERÍSTICAS E ESPECIFICIDADES	19
2.4 BREVE HISTÓRICO SOBRE CONCEPÇÕES DA BELEZA MASCULINA	22
3 METODOLOGIA	27
4 RESULTADOS E DISCUSSÃO	28
4.1 OS HOMENS E A BUSCA POR PROCEDIMENTOS ESTÉTICOS	28
4.2 POSSÍVEIS MOTIVAÇÕES PARA A BUSCA DA ESTÉTICA MASCULINA	31
4.3 A BUSCA MASCULINA PELA ESTÉTICA E A QUEBRA DE TABUS.....	34
4.4 ALGUNS PROCEDIMENTOS ESTÉTICOS MAIS PROCURADOS POR HOMENS.....	35
5 CONCLUSÃO	41
REFERÊNCIAS	42

1 INTRODUÇÃO

Este trabalho de Conclusão de Curso tem como objetivo geral demonstrar o crescimento da procura do público masculino por procedimentos estéticos, perfazendo para alcance desse objetivo geral os seguintes objetivos específicos: descrever motivações para a busca por procedimentos estéticos por parte do público masculino e identificar os procedimentos estéticos mais procurados por homens.

Para Rodrigues (2017), o comércio de cosméticos com foco neste público é promissor, visto que o grande aumento nos últimos anos, ou seja, a vaidade masculina está em alta e a capacitação dos profissionais de Estética se faz necessário para este atendimento com melhores resultados (TRIB, SOUZA, 2019).

É comum lançamentos de novos produtos e de tecnologias avançadas, tudo para garantir a qualidade do resultado e a satisfação dos clientes. Em consequência deste potencial mercado em crescimento as indústrias estão investindo em produtos direcionados aos homens, e impulsionando o comércio de bens e serviços de estética (COUTO et al , 2014).

O mercado da Estética e Cosmética para o público masculino é emergente e promissor. No entanto, clínicas e tecnólogos desta área não têm se atentado para esta constatação no contemporâneo. É preciso compreender sobre a adequação do ambiente de atendimento e sobre as peculiaridades e especificidades do público masculino, no que diz respeito aos aspectos fisiológicos, bem como, quanto à necessidade de capacitação para os procedimentos estéticos diferenciados e direcionados aos homens. Portanto, se faz necessário que o profissional da Estética busque informações aprofundadas, o que justifica a relevância deste estudo realizado.

As questões norteadoras desta pesquisa compreenderam:

- 1- Quais as possíveis motivações para a busca por procedimentos estéticos por parte do público masculino?
- 2- No que tange à pele masculina, quais as características e especificidades?
- 3- Há diferenças entre o ambiente de atendimento para os homens e mulheres?
- 4- Qual o perfil do cliente masculino?
- 5- Quais os procedimentos estéticos mais procurados por homens?

Este estudo está estruturado em fundamentação apresentando a fisiologia, tipologia e estrutura da pele, em especial, as características e especificidades da pele masculina, trazendo também um pouco da história das concepções de beleza masculina. Na sequência a metodologia é detalhada, seguida pelos resultados e discussões trazendo apontamentos analíticos quanto ao crescimento do mercado da estética para o público masculino, a busca por procedimentos estéticos e suas possíveis motivações, a quebra de tabus e alguns dos procedimentos estéticos mais procurados pelos homens na atualidade.

O caminho metodológico aponta para uma pesquisa de natureza básica, exploratória e descritiva, contando com a abordagem qualitativa e tendo como procedimento técnico uma revisão de literatura trazendo para discussão autores tais como Azevedo (2005), Bertoli (2015), Oliveira et al. (2014), Pereira et al. (2008), Van de Graaff (2003), entre outros de relevância para a investigação proposta. terceiro retrata a metodologia; o quarto traz a análise dos resultados obtidos e a proposta de aprendizagem; o último capítulo finaliza o trabalho de pesquisa com a conclusão.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 TRATAMENTOS ESTÉTICOS: UM MERCADO EM ASCENSÃO

O padrão de beleza é visto como uma conquista social, já que a aparência termina por muitas vezes definindo empregos e parceiros (SHMIDTT et al., 2008). Portanto, com vistas a se obter um corpo que pertença ao padrão estabelecido diante da cultura ao qual se pertença, recorre-se a diversos procedimentos estéticos

Na fase adulta, desenvolvimento e transformações que ocorrem no corpo interferem com a imagem corporal que cada um tem de si, na fase da adolescência esta influência é mais marcante (CARQUEJO; CARVALHO, 2004).

A beleza, atualmente, é considerada como para se tornar alguém especial pelo desejo de ser socialmente aceito. Nesse sentido, o crescimento da procura por tratamentos estéticos vem crescendo global e largamente, principalmente com a regulamentação dos profissionais de esteticista no começo do ano de 2012 (BARROS; OLIVEIRA, 2017).

O primeiro curso de estética no Brasil data-se de 1936 e, na atualidade existem cerca de 350 mil esteticistas formados em cursos técnicos e mais de um milhão de esteticistas que trabalham no país. Dentre esses ainda existem outros profissionais como odontologistas, médicos, farmacêuticos e fisioterapeutas que trabalham no setor da estética, sob uma devida especialização (BARROS; OLIVEIRA, 2017).

A beleza sempre foi é um modelo social instituído perante a normatização do pensamento crítico em seu meio de cultura. Nesta visão as formas de tratamento estético apresentam um valor muito valioso. Os tratamentos conseguem trazer diversos benefícios, resultando no conforto, alívio e por assim, a saúde do indivíduo (RODRIGUES, 2016). Ressalta-se que os tratamentos estéticos podem ser divididos em simples, injetáveis e invasivos, sendo este último realizado apenas por médicos.

A procura por procedimentos estéticos se dá em variadas faixas etárias, tanto jovens como idosos. A estrutura social de cada sociedade condiciona os processos individuais do envelhecimento. Ao mesmo tempo, o envelhecimento da população exerce uma forte pressão para a transformação do status destas pessoas e das oportunidades de participação a elas oferecidas. Um exemplo claro é a utilização da toxina botulínica, que com suas propriedades consegue evitar a presença de rugas

na face, o que consegue revitalizar a aparência e evita as marcas ao longo da face, por conta da idade (FONTE, 2002).

É crescente a demanda de pessoas idosas que aderem aos novos tratamentos, o que inclui a procura por atividades físicas que podem ser benéficas tanto no aspecto biológico do indivíduo, como também no nível psicológico deste (LOUREIRO, 2003).

Hoje se encontra expresso nas pessoas dos mais variados gêneros o valor do cuidado estético, sendo algo fundamental para uma boa condição e qualidade de vida (AMBRIZZI et. al., 2016). Portanto, o mercado da beleza é cheio de possibilidades e as mulheres continuam sendo a força motriz nos tratamentos estéticos, mas é cada vez mais nítido o aumento da adesão dos homens em tratamentos estéticos.

2.2 A PELE HUMANA: FISIOLOGIA, TIPOLOGIA E ESTRUTURA

Bohjanen (2012) afirma que a pele é o maior órgão do corpo humano, composto por um agregado de tecidos, que funcionam em conjunto, responsável por 15% do peso corporal, onde sua principal função é proteger as composições internas do ambiente externo, tornando-se a primeira na linha de proteção do nosso corpo.

Segundo Araújo (2007) no decorrer de nossa vida, existe duas fases em que precisamos ter um olhar diário com a pele, são elas: ao nascer e quando chegamos à velhice. Isso por que existem diversos aprendizados durante a maturidade da nossa pele, uma vez que sua vulnerabilidade é proporcional ao momento em que se encontra. Portanto, necessitamos sempre ficar atentos à idade de um cliente, pois é um elemento de extrema importância. Pois existem doenças na pele com maior caso em determinadas faixas etárias.

De acordo com Tortora (2004), em meio a inúmeros papéis da pele estão os seguintes:

Regulação da temperatura corporal: onde a elevada temperatura do ambiente ou através de um exercício exaustivo a evaporação do suor externo na pele pode auxiliar a normalizar a temperatura corporal elevada. Saliencia-se ainda que as alterações do fluxo sanguíneo na pele também podem auxiliar a regular a temperatura corporal.

Proteção: a pele tem a função de cobrir o corpo e fornecer uma barreira de proteção para os tecidos subjacentes de uma escoriação física, ou de uma invasão bacteriana, desidratação e radiação ultravioleta.

Sensação: quando se trata da sensação da pele, vale lembrar que ela contém abundantes terminações nervosas e receptores que identifica os estímulos ligados à temperatura, ao tato, à pressão e a dor.

Excreção: são pequenas quantidades de águas, sais e vários compostos orgânicos que são segregados pelas glândulas sudoríparas (componentes da respiração).

Imunidade: algumas células da camada epiderme conhecidas como células langerhans, obtêm componentes importantes do sistema imunológico, que elimina os elementos invasores do corpo.

Síntese de vitamina D: A exposição da pele ao sol auxilia na produção de vitamina D, essa substância ajuda na absorção de cálcio e fósforo no sistema digestório, ajudando na circulação sanguínea, esse procedimento acontece de forma rápida e com poucas horas depois da radiação atingir as células da pele.

Tortora (2004) ainda afirma que a cor da pele se baseia em diversos fatores algumas baseadas na ordem genéticos raciais outros por meio de quantidade de pigmentos e por melanina dentre outros, além de todos os papéis fundamentais que a pele tem com o nosso corpo, ela também está baseada em uma estrutura de pele formada através de camadas que servem para proteger as camadas mais subcutâneas contra o meio externo.

De acordo com Magalhães (2013) existem quatro tipos de pele as quais são identificadas através da elasticidade, do tamanho dos poros e da oleosidade, é importante ressaltar que há cuidados necessários quando se tem diversas caracterizações de pele e para manter um rosto e um corpo saudável é indispensável à escolha do tratamento mais adequado seja a pele normal, seca, oleosa e a mista.

Pele Normal - Cunha (2004) diz que a pele normal tem uma textura saudável e apresenta sempre um aspecto liso, sedoso com poros pequenos e fechados, sua elasticidade produz gordura em quantidade adequada dificultando o desenvolvimento de espinhas, cravos, manchas ou quaisquer lesões. Afirma ainda que este tipo de pele ocorre geralmente na infância sem excesso de brilho ou ressecamento. De modo que ao avistar um tipo de pele assim mostrará uma

coloração uniforme, sem rugas e ao tocar em uma pele desse tipo sentira ela aveludada, flexível, elástica e de espessura normal.

Pele Seca - Para Cunha (2004) trata-se de uma pele que tem excesso de perda de água e que obtêm poucos poros visíveis, onde é mais propensa a descamação, vermelhidão, rugas e fissuras. Vale frisar que este tipo de pele requer mais cuidados por apresentar tendência ao surgimento de pequenas linhas de fissuras, fatores esses que são considerados genéticos, hormonais, e muitas das vezes por conta do clima frio ou seco demais, podendo contribuir para o ressecamento expressão essa encontrada ao redor dos olhos, boca e sinais de desidratação no rosto caracterizando a pele seca.

Pele Oleosa - Cunha (2004) diz que a pele oleosa tem aspecto brilhante e úmido, uma vez que apresenta poros mais dilatados e com maior tendência ao desenvolvimento de acne, espinhas e cravos por ser uma pele que produz bastante sebo em grandes quantidades precisando de cuidados adequados como alimentos com alto teor de gordura e exposição ao sol, além de proteger a camada córnea, contribuindo para coesão, lubrificação e proteção da mesma.

Pele Mista - Por sua vez a pele mista é o tipo mais frequente, onde na parte frontal da testa, do nariz e queixo tem característica de pele oleosa, mas nas bochechas e extremidades do rosto pode ser seca ou normal, na parte frontal os poros são mais dilatados e há mais facilidade para surgimento de rugas, cravos e ate mesmo espinhas (CUNHA, 2004).

Para entender melhor a caracterização da pele e suas características e necessário que se compreenda melhor a estrutura da pele, para saber o tratamento e o cosmético adequado para cada tipo, buscando uma melhor aparência e evitando os sinais da idade, de modo que isso depende de uma combinação de vários fatores que vão desde a espessura ate a quantidade de pigmentos existentes.

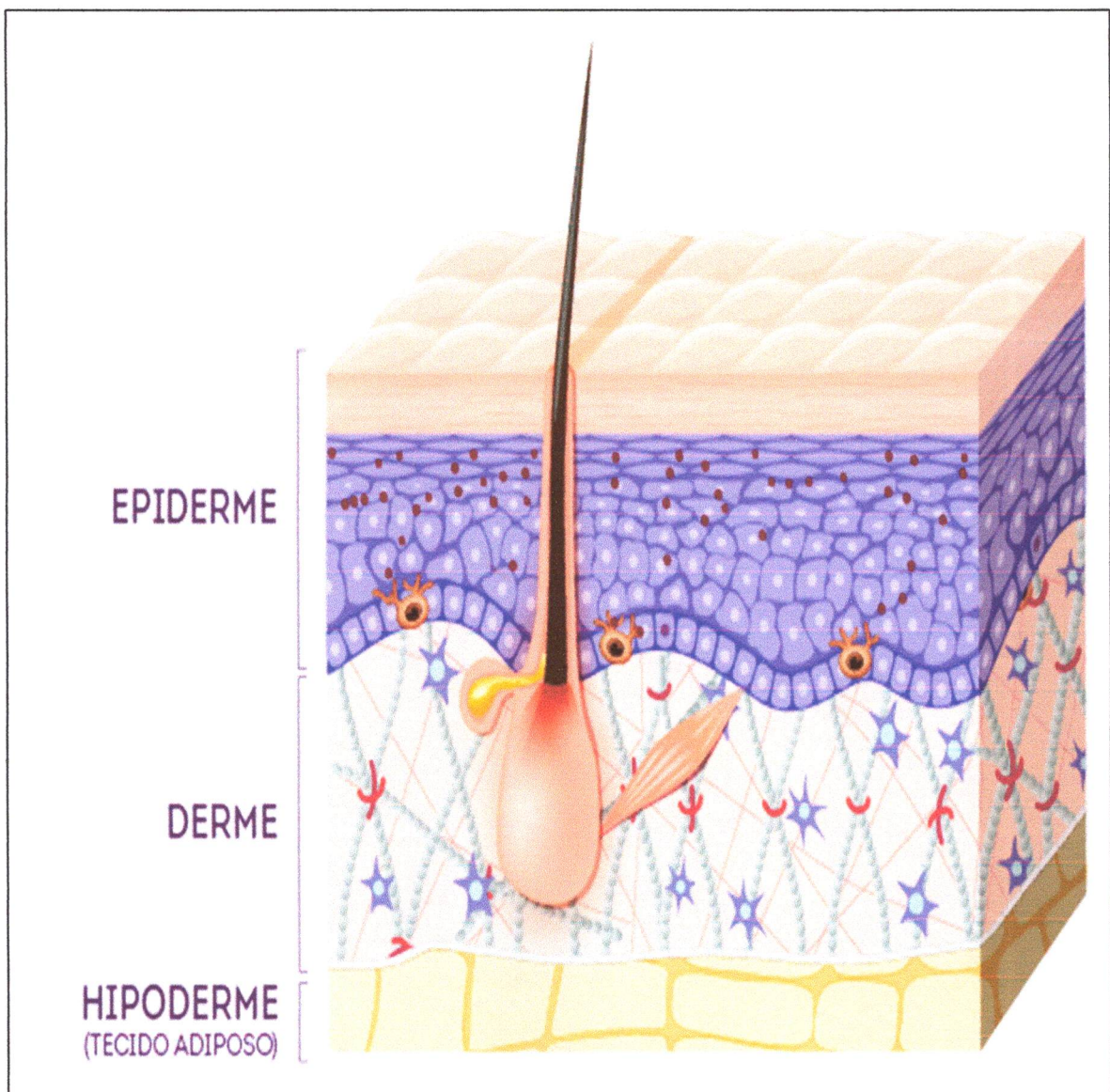
A pele é composta por três camadas sendo que duas são as principais que é: a epiderme, que é constituída por células epiteliais fortemente unidas e a camada derme que é mais profunda e composta de tecido conjuntivo denso e irregular. E por fim temos a Hipoderme que fica situada depois da derme (GUIRRO e GUIRRO, 2002).

Segundo Azevedo (2005) a pele atua como uma unidade correlacionada, a epiderme e a derme, pois existem cinco redes estruturais tais como: as fibras de colágeno, fibras elásticas, pequenos vasos sanguíneos, fibras nervosas, linfáticos.

Vale salientar que essas redes são consolidadas por pêlos e ductos das glândulas sudoríparas.

Azevedo (2005) discorre ainda que essas camadas têm valores essenciais, pois cada uma tem uma função diferente que age em nosso corpo sendo uma mais espessa e outras mais finas as quais umas protegem e outras sofrem para repor células mortas nas camadas, protegendo assim não somente a pele, mas diversos órgãos internos limitando substâncias e estabilizando a temperatura e pressão sanguínea através de sistemas de circulação e evaporação sendo ainda capaz de abreviar os hormônios. Observa-se a gravura das três camadas:

Ilustração 1: Camadas da pele.



A **EPIDERME** - De acordo com Azevedo (2005), a epiderme é a camada externa da pele, com espessura de 75 a 150 μm , na qual 0,4 a 0,6mm de espessura encontram-se na palma das mãos e planta dos pés, sendo avascular e tendo como função principal a defesa dos agentes externos. Formada de células epiteliais achatadas e sobrepostas que as avaliando de dentro para fora, onde pode ser encontradas camadas; basal ou germinativa, espinhosa, granulosa, lúcida e córnea.

Camada Basal (Germinativa): esta camada é a única que obtém estrato de células, que tem contato com a camada da derme, pois possui quatro diferentes espécies de células: as queratinócitos que produzem a queratina, as proteínas que são responsáveis pelo fortalecimento da pele, os melanócitos que produzem a melanina, que formam pigmentos através da queratina atribuem cor à pele além de protegera.

Contra os raios solares; as células táteis que averiguam a sensibilidade ao tegumento; e por fim as células de langerhans que englobam bactérias e resíduos estranhos através da espécie de fagócitos, sendo a primeira a proteger contra os patógenos. Lembrando que com exceção das células langerhans, as células desta camada sofrem mitose constante para repor as células mortas da epiderme (VAN DE GRAAFF, 2003).

Camada Espinhosa: Esta camada fica localizada acima da camada Basal formada por diversas camadas, composta por queratinócitos em formatos de poliedros, que se prendem através de desmossomos, semelhantes a espinhos. Entre os espaços de uma célula e outra, há o glicocálix, substância que serve como meio condutor de outras substâncias hidrossolúveis do meio externo para o interno (VAN DE GRAAFF, 2003).

Camada Córnea: é a camada mais externa da epiderme. Possui em torno de 30 estratos de células mortas com grande quantidade de queratina, semelhantes a escamas. A queratinização ou cornificação é o procedimento que transforma os queratinócitos em células córneas, achatadas e secas. Este processo dura de 26 a 28 dias, logo após as células mortas se soltarem e esfoliarem, para que novas células de camadas mais internas as substituam. De forma que assim, a pele encontra-se em constante renovação (VAN DE GRAAFF, 2003).

Camada Lúcida: após a camada córnea esta localizada a camada extras presente nas regiões onde a pele é mais fina e pouca espessa, no qual não é possível visualizar essa camada, pois essa camada possui células transparentes e

mortas ou em fase de degeneração, nas quais são anucleadas e achatadas (VAN DE GRAAFF, 2003).

A **DERME** - Van de Graaff (2003), afirma que a derme é a segunda camada da pele, mais profunda e espessa é vascularizada, constituída principalmente por tecido conjuntivo, como o colágeno e as fibras elásticas. Tais substâncias presente na composição da derme tornam a pele resistente e elástica. Além disso, as fibras elásticas e o colágeno são organizados em padrões definidos no interior da derme, de maneira a produzir linhas de tensão na pele, garantindo seu tônus. A derme subdivide em duas camadas uma mais superficial, a camada papilar e uma mais profunda a camada reticular.

Percebe-se que a derme é uma camada da pele que é composta por fibras que colaboram para a força e a elasticidade da mesma, as quais determinam as características físicas da pele, onde contribuem para o procedimento de cicatrização das lesões. Por ser uma camada vascularizada e profunda ela supre as demais camadas da pele, tendo como função unir a pele ao subcutâneo.

De acordo com Van de Graaff (2003), a derme é composta por duas camadas que são camada papilar e reticular:

Camada Papilar: É a camada mais externa localizada na parte superior da derme, composta por tecido conjuntivo que da origem as papilas dérmicas, na qual estão presentes fibras especiais como o colágeno, os capilares, fibras elásticas e as fibras reticulares, espessas e onduladas na posição horizontal, onde penetram profundamente na derme ajudando a nutrir as células da epiderme através dos vasos sanguíneos presente na camada reticular da derme aumentando assim o contato entre a camada da derme com a da epiderme.

Camada Granulosa: Diferente da camada espinhosa esta camada e composta por poucas camadas de células comprimidas, que tem grânulos contendo queratomalina, predecessora da queratina, e grânulos lamelares, que impermeiam as células, como prevenção á perda de água (VAN DE GRAAFF, 2003).

Camada Reticular: é a camada mais espessa, também formada por tecido conjuntivo denso não modelado, assim como a camada papilar, está camada também é constituída por muitas fibras elásticas e de colágenos, formados pela base de folículos pilosos, glândulas e vasos sanguíneos, fornecendo oxigênio e nutrientes para a pele.

A **HIPODERME** - Segundo os estudiosos, Farias; Junqueira e Carneiro apud Bonetti (2007) discorrem que: A Hipoderme é conhecida como tecido celular subcutâneo situa-se depois da derme e possui lóbulos de células adiposas. Representa importante reserva calórica para o organismo, além de funcionar, em certas regiões, como um coxim, impondo proteção contra traumas. Entretanto, não faz parte da pele em relação aos órgãos subjacentes, embora tenha a mesma origem da derme. Também chamada de tela subcutânea compõe-se em geral de duas camadas das quais a mais superficial é a chamada de areolar, que é composta por adipócitos globulares e volumosos, em disposição vertical, onde os vasos sanguíneos são numerosos e delicados.

Inferiormente à camada areolar há uma lâmina fibrosa, de desenvolvimento conforme a região, que é a fáscia superficial ou subcutânea. Esta fáscia separa a camada areolar da camada mais profunda, a camada lamelar, sendo que nesta ocorre aumento de espessura e ganho de peso, com aumento de volume dos adipócitos, que chegam a invadir a fáscia superficiais. Na camada lamelar ocorre a maior mobilização de gorduras quando o indivíduo obeso inicia um programa de redução ponderal.

A Hipoderme, segundo Bonetti (2007), é dividida em duas camadas sendo a Camada Areolar e a Camada Lamelar:

Camada Areolar: Está camada compõe adipócitos globulares e volumosos que se localizam na posição vertical, onde ficam expostos os vasos sanguíneos em grandes quantidade e delicadeza. Ressalta-se ainda que abaixo dessa camada areolar, possui uma lamina fibrosa que se desenvolve de acordo com a região, conhecida como fáscia superficial ou subcutânea. No qual a fáscia é a que separa a camada areolar da camada lamelar.

Camada Lamelar: A camada lamelar por sua vez é constituída por células adiposas fusiformes e pequenas, em formato de lâminas, onde ocorre um maior volume da espessura e do ganho de peso, que invadem a fáscia superficial causando dismorfias, na qual a genética é o fator principal e determinante.

Observa-se que a hipoderme é uma tela subcutânea, constituída por adipócitos, onde tem a função energética unindo a derme aos tecidos e órgãos subjacentes. Apesar de sua estreita relação funcional com a pele, a mesma não é considerada parte constituinte da pele ou sistema tegumentar.

Diante disso, por ser composta por células adiposas, atua como um isolante térmico, e uma reserva calórica. Sendo que em certas regiões do corpo, protege contra traumas, agindo como amortecedor. Vale ressaltar que dependendo da quantidade de tecido adiposo na camada da hipoderme pode variar, de acordo com a região do corpo, da idade e do sexo.

2.3 A PELE MASCULINA: CARACTERÍSTICAS E ESPECIFICIDADES

O corpo masculino têm características únicas, como a barba e os pelos que ajudam a proteger o rosto das agressões externas, como radiação solar e poluição. Quando o homem se barbeia, ele causa microagressões à pele, danificando a camada externa, deixando-a mais propensa a irritações e perda de água (PINHEIRO, 2014).

A hidratação adequada pós-barba auxilia na manutenção da função de barreira cutânea. Um dos produtos mais recomendados nestes casos é a água termal, que oferece um boost de antioxidantes e propriedades calmantes para o rosto. Outra opção interessante no cuidado masculino é apostar em uma solução à base de zinco, que ajuda na cicatrização dessas microlesões provocadas pelo barbear (PINHEIRO, 2014).

A principal diferença entre a pele masculina e feminina encontra-se em sua textura, espessura e densidade. Essas alterações acontecem devido ao hormônio testosterona, que é presente em maior concentração no homem. A pele masculina é mais áspera, pois tem a camada externa mais desenvolvida por ter uma maior quantidade de queratina, substância que recobre a camada externa da pele e, em excesso, deixa a pele mais espessa. Assim, os pelos são mais grossos e em maior quantidade (PINHEIRO, 2014). A solução para ter a pele sempre fina e renovada é o uso mais frequente de esfoliantes, produtos que estimulam a renovação celular, desobstruem os poros e ainda clareiam a pele.

Apesar de a testosterona influenciar o crescimento de pelos do corpo, ela atua de maneira inversa no couro cabeludo, pois, os hormônios masculinos causam queda de cabelo. A grande concentração de esteroides masculinos podem levar a queda de cabelo precoce, já que inibem o processo de crescimento do cabelo, processo este chamado de miniaturização dos fios de cabelo, resultando em fios

mais finos e curtos. A solução é o uso de shampoos e loções antiqueda com eficácia comprovada e com testes realizados na pele do homem (PINHEIRO, 2014).

Sob a influência dos hormônios masculinos, os folículos pilosos da pele do homem são mais ativos e, como consequência, a pele masculina tem um crescimento mais intenso de pelos. Assim, os pelos masculinos tendem a ser mais grossos e também mais compridos quando comparados aos femininos. Para alguns homens os pelos são um incômodo. procurando a depilação a laser, método definitivo para a remoção dos pelos já disponível nas clínicas médico-dermatológicas.

Outra diferença marcante é em relação a produção de sebo e suor, visto que, o homem possui glândulas sebáceas em maior quantidade, e, por isso, sua pele costuma ser mais oleosa, com poros dilatados e tendência à acne. Já a produção de suor pode chegar ao dobro da taxa feminina (OLIVEIRA et al. 2014).

A grande influência da testosterona, hormônio masculino, no organismo do homem também é responsável pela hipertrofia das glândulas sebáceas. Dessa maneira, a pele do homem produz sebo em excesso, aumentando a oleosidade da pele, em especial, na região da testa, nariz e queixo. Além disso, é esta produção mais intensa de sebo que resulta em poros dilatados na pele do homem e, portanto, mais visíveis. A utilização diária de géis de limpeza com ação purificante e secativa pode ser de grande valia para reduzir a oleosidade da pele. Finalizar o processo com o uso de uma loção matificante também contribui para manter a pele seca o dia todo (OLIVEIRA et al. 2014).

A pele masculina tem a camada córnea mais espessa e oleosa, uma vez que a epiderme masculina é mais grossa e áspera por razões da maior quantidade das glândulas sebáceas e por terem poros maiores, gerada por hormônios masculinos, conhecido por testosterona, com o já mencionado, fazendo se utilizar produtos com PH mais próximo do neutro (OLIVEIRA et al. 2014).

Pinheiro (2014) afirma ainda que o envelhecimento cutâneo é algo que sucede naturalmente tanto em homens como em mulheres, devido a diversos fatos intrínsecos e extrínsecos. De certo que alguns sinais da velhice na pele masculina se dá mais tarde, mas os tratamentos usados para atrasar e tratar o surgimento de rugas e linhas de expressões é os mesmo para os dois indivíduos.

Segundo Pinheiro (2014), a testosterona é a responsável pelas características da pele masculina, onde as glândulas sebáceas atuam ativamente para tornar a

limpeza essencial e manter o equilíbrio das suas funções. Vale salientar que a pele masculina demora mais tempo para envelhecer, uma vez que na camada da derme ocorre maior produção de colágenos e fibras elásticas com cerca de 30% a mais que a feminina, se tornando mais resistente ao envelhecimento.

No homem, o envelhecimento da pele está diretamente ligado à queda da produção de hormônios andrógenos. Com menores alterações hormonais ao longo da vida, bem como um declínio mais gradual na produção destes hormônios, o envelhecimento masculino tende a ser mais lento. No entanto, os homens tendem a desenvolver rugas mais profundas tanto pelos maus hábitos de proteção e cuidados diários com a pele, quanto pela carência de antioxidantes naturais.

Para Bertoli (2015), na pele masculina o colágeno se reduz de forma significativa numa velocidade constante, onde os sinais de envelhecimento aparecem mais tarde, mas as mudanças ocorrem rapidamente após começarem, uma vez que os homens são os mais afetados, por conta da perda de massa muscular e firmeza da pele, demonstrados no inchaço dos olhos e olheiras, o que confere uma aparência de cansaço. Para contornar essa situação, alguns produtos que contem vitamina C são utilizados para tratamentos faciais e corporais, sendo grandes aliados da pele masculina.

Resumindo, apesar de ter um envelhecimento biologicamente mais suave, o homem é mais propenso ao tabagismo e menos preocupado com a proteção solar quando comparado às mulheres. Além disso, como a pele do homem é naturalmente mais desprovida de antioxidantes, a solução é o uso do protetor solar de longa duração desde cedo. O uso de cremes antioxidantes potentes também é grande eficácia na luta contra o envelhecimento da pele.

Entre os principais cuidados com a pele masculina, o uso do filtro solar é primordial, tanto para a proteção contra o câncer de pele quanto na prevenção do envelhecimento precoce. Por isso, como o homem possui tendência à oleosidade e tem mais pelos, a escolha da textura do produto é importante para não deixar o rosto esbranquiçado e oleoso (BERTOLI, 2015).

A higienização com produtos específicos é essencial, já que auxilia no controle do brilho. Já o esfoliante pode ser usado semanalmente para diminuir os quadros de foliculite causados pelo barbear. Já como cuidado anti-idade, indica-se produtos com vitamina C e retinoides, que performam bem na pele masculina (BERTOLI, 2015).

Todas as peles precisam ser hidratadas, já que este passo está relacionado à presença de água nas camadas da pele, o que é fundamental na manutenção das fibras elásticas, colágenas e no viço. Uma pele desidratada pode ter uma produção exacerbada de sebo, chamado de efeito rebote, na tentativa de se reequilibrar.

Em suma, o profissional de Estética e cosmética precisa ter domínio sobre o conhecimento quanto às principais características da pele masculina, clara variação entre os sexos que é resultado da ação hormonal, em conjunto com características genéticas, para prestar um atendimento de qualidade para o homem que busca por procedimentos estéticos.

2.4 BREVE HISTÓRICO SOBRE CONCEPÇÕES DA BELEZA MASCULINA

A sociedade em sua esfera cultural se tornou a principal responsável pela criação da opinião em seus integrantes, relatando com argumentos concretos o motivo de algo ser dito bonito ou feio (BARROS; OLIVEIRA, 2017). Desde a Antiguidade, o culto ao belo faz parte da cultura de diferentes sociedades. O sentido da beleza é histórico e, ao longo do tempo, assume diferentes formas e significados. Afinal, “[...] a Beleza jamais foi algo de absoluto e imutável, mas assumiu faces diversas segundo o período” (ECO, 2004, p. 14).

As pessoas são influenciadas a seguir um rigor de pensamento ao qual compartilham no coletivo e assim em sua maioria seguem essas ideias para que não sejam de alguma forma excluídas naquele ambiente ao qual pertencem. Tudo depende das correntes criadas para formulação desse pensamento que não é algo homogêneo, pois é possível perceber a mudança de padrões ao redor do mundo (BARROS; OLIVEIRA, 2017). Portanto, cada época e lugar estabelecem critérios para definir o que é considerado belo e ao olhar para a história, é possível verificar que o conceito é mutável, subjetivo e depende do contexto histórico, social e cultural em que está inserido.

Na Grécia, em Roma e no Egito antigos, os faraós egípcios, por exemplo, se maquiavam para esconder as imperfeições. Assim, cintura larga e braços brancos, algumas vezes esbranquiçados pela aplicação de uma espécie de maquiagem na cor branca, eram características apreciadas pelos gregos. Os gregos não utilizavam muita maquiagem, porém a preocupação maior era com a saúde e a beleza do

corpo. Os homens buscavam pela forma ideal através de exercícios físicos, massagens e banhos aromáticos (FLOCKER, 2004).

No Antigo Egito o cuidado com os cabelos masculinos, por exemplo, já contava com tesouras, loções e pentes. Cabeças raspadas e lisas, corpos sem pelo, a partir de 3000 a C., demonstravam sinais de nobreza. Também havia o uso de perucas de cabelo humano ou lã de carneiro. Também havia já muitas opções para prevenir queda dos cabelos e seu esbranquecimento.

Nos séculos XVIII e XIX os homens usavam mangas bufantes, golas enormes e até perucas. Barbas e cabelos estão entre as características corporais mais utilizadas para a significação de status no decorrer da história: cor, forma, corte e até textura comunicam inúmeros significados sociais, tendo implicações significativas no modo como as pessoas se relacionam (MARTIN, 2009).

Em alguns períodos, barbas e bigodes eram sinônimos de masculinidade e poder. Tinha um prestígio tão aristocrático que na França de 1870 até 1910 a sociedade tentou proibir o uso do bigode em profissionais considerados inferiores, como agentes ambulantes, criados e cocheiros, chamados trabalhadores domésticos. Mais especificamente, em alguns períodos, barbas e bigodes eram sinônimos de masculinidade e poder. Tinham um prestígio tão aristocrático que na França de 1870 até 1910 a sociedade tentou proibir o uso do bigode em profissionais considerados inferiores (MARTIN, 2009).

Na Grécia Antiga, por exemplo, usar barba era quase imprescindível entre os filósofos, pois ela era associada à sabedoria. Já na civilização romana, representava status político, além de potência sexual e criatividade. No período medieval, as longas barbas foram substituídas por rosto liso, barbas ralas e pontiagudas marcavam o visual masculino (FLOCKER, 2004).

Contrastando com o rosto limpo do Século XVIII, o passar dos anos do século XIX, fez com que a moda masculina abonasse as gravatas coloridas, os casacos e elegantes, calças justas e sapatilhas baixas. E a barba cheia tomou o lugar do rosto limpo, típico do Império. Nessa época, há forte relação do visual barba/bigode com o poder aquisitivo, o que era intensa em quase todas as culturas (GARCIA, 2004).

Além de um homem barbeado não denotar status social, permitia dúvidas acerca de sua virilidade, uma vez que se tornou comum pensar que homens barbeados eram indivíduos de costumes indecorosos, os quais, entre outras coisas, optavam pela prática homossexual (GARCIA, 2004).

Das perucas e trajes exuberantes do Renascimento, passando pela influência do uniforme militar, típica do Império, cabelos, perucas, barbas, bigodes e rosto liso, alternam-se para contar a história da Moda Masculina. Contrastando com o rosto limpo do Século XVIII, o passar dos anos do século XIX, fez com que a moda masculina abandonasse as gravatas coloridas, os casacos e elegantes, calças justas e sapatilhas baixas, usadas por homens jovens magros e românticos (GARCIA, 2004).

As barbas e bigodes, que entraram na moda durante a segunda metade do século XIX, contribuía para a aparência de maturidade. Contrastando com os 150 anos anteriores, em que a maioria dos homens da Inglaterra e América se barbeava e a barba cheia, não aparada, era sinônimo de velhice, negligência, excentricidade e até loucura, (GARCIA, 2004).

Em meados do século XIX, o ideal masculino era ser um homem corpulento em trajes preferencialmente negros e com barba. Por volta de 1860, barbas (aparadas ou não), bigodes e suíças (depois conhecidas como sideburns) eram uma grande febre. Mas já no começo de 1880, a barba começou a encolher, para dar espaço a suíças e bigodes espetaculares. Entre 1890 até 1920, a maioria dos homens só deixava crescer o bigode (MARTIN, 2009).

Já na cultura corporativa do século XX, a barba foi banida quase completamente dos altos escalões. Durante uma boa parte do século XX, o rosto lisinho virou sinônimo de civilidade e higiene, mas voltou com força nos anos 60 e 70, como símbolo da contracultura hippie (MARTIN, 2009).

Os anos de 1990 baniram o uso da barba e do bigode em grande parte das cenas urbanas e, depois de uma longa política de "cara limpa". Atualmente elas estão de volta e prometem ganhar ainda mais força, mas, agora não tem regra, o desafio é achar um estilo próprio, com barba ou sem barba (GARCIA, 2004).

Pomada à base de óleo ou tônico capilar foram os produtos de cabelo mais populares para homens nas primeiras décadas do século. Em 1900 o destaque fica por conta do bigode. O bigode representava honra. Como prova da honestidade de um homem, e para que sua palavra valesse, tirava-se um fio do próprio bigode. Tal gesto valia, em um acordo, mais do que qualquer documento. Além disso, o homem que o ostentava era visto como perfeitamente capaz de desempenhar os papéis que lhe eram atribuídos, pois um homem de bigode pressupunha segurança, independência e sucesso (MARTIN, 2009).

O bigode concedia uma posição de prosperidade socioeconômica. Isso acontecia porque seu uso era quase obrigatório entre as personagens importantes e influentes naquele período, e dessa forma ele era associado à sofisticação. Nos anos de 1920 os abastados bigodes foram substituídos por cara limpa ou no máximo um discreto bigodinho. Os cabelos eram usados curtos e simples ao longo da linha do pescoço e acima das orelhas. Muitos deixaram crescer a parte de cima do cabelo e colocavam-na para baixo, alisando com tônico capilar (MARTIN, 2009).

No visual masculino nos anos de 1930, o bigode esnobe e um cigarro na boca foram marcas da elegância masculina. 1940 - Época da Segunda Guerra Mundial, a referência aqui é militar. Nos anos de 1950, o rosto masculino permanece liso, os topetes ganham altura. Na cultura corporativa do século XX, a barba foi banida quase completamente dos altos escalões, mas voltou com força nos anos de 60 e 70, como símbolo da contracultura. Os cabelos ficam mais compridos (FERNANDES FILHO, 2010).

A partir da década de 70, houve ampla aceitação de estilos variados. Os homens deixaram crescer os cabelos, ficaram menos musculosos e usaram roupas unissex. Os anos 80 lembrados como uma década onde o exagero e a ostentação foram marcas registradas. Durante os anos 70 e 80, os bigodes e cavanhaques foram muito difundidos (FERNANDES FILHO, 2010).

Nos anos 90 acontece o ápice dos cabelos desgrenhados, barba por fazer e camisas xadrez, tendência das tatuagens e piercings, o rosto limpo era sinônimo de sucesso financeiro e profissional, mas na década de 2000, continuou a tendência de tatuagens e piercings. Do final de 1999 até o final de 2001, houve uma abordagem futurista de looks monocromáticos, com metálicos, negros brilhantes, uso pesado de cinza. Rosto lisinho volta com força total nos anos 2000. A partir de 2010, a vaidade masculina ganhou um padrão diferente (FERNANDES FILHO, 2010).

O homem atual pode voltar a se preocupar com a estética. Atualmente, o uso (ou não), da barba continua representando os valores culturais de uma época. Mas busca também refletir as diferenças individuais, deixando, ou tentando deixar, maior espaço para a liberdade de expressão, evidenciando o estilo de cada homem. O retorno das barbas, sensibilidade e direito à estética são marcas do homem contemporâneo (FERNANDES FILHO, 2010).

Mediante o exposto, reflete-se que, conforme Medeiros (2004), um fator decisivo para a segmentação é a ampla concorrência do mercado, que cada vez

mais cresce em diversos segmentos da estética, o que leva os profissionais a buscar diferentes conhecimentos de serviços para garantir uma clientela identificada com o seu produto oferecido, visto que o crescimento nas áreas da estética por ambos os gêneros vem ocorrendo.

Vigarello (2006) ressalta que em virtude do alto crescimento na área da estética, em ambos os gêneros, torna necessária uma divisão do mercado da estética, para melhor atender o público. A beleza ganha importância mais do que nunca, sobre tudo produtos e serviços que auxiliam na aparência, como maquiagem, cirurgias plásticas, próteses, medicamentos que permitem que o cliente revele sua personalidade.

Em suma, a beleza masculina também é influenciada pela adequação a comportamentos sociais esperados. O visual do homem acaba se adequando a momentos de grande exigência estética. Portanto, é momento de se refletir sobre este promissor mercado para a estética masculina.

3 METODOLOGIA

A metodologia expõe conhecimentos quanto às técnicas de pesquisa, que foram aplicados para compreender a investigação científica. O método demonstra o caminho desenvolvido pelo pesquisador, utilizando-se para tal diversas técnicas e procedimentos científicos.

Kauark; Manhães e Medeiros (2010) afirmam que a metodologia é a explicação minuciosa, detalhada, rigorosa e exata de toda ação desenvolvida no método (caminho) do trabalho de pesquisa. É a explicação do tipo de pesquisa quanto à natureza, objetivo, abordagem e procedimento técnico, bem como, de instrumental utilizado (questionário, entrevista), do tempo previsto, da equipe de pesquisadores e da divisão do trabalho, das formas de tabulação e tratamento dos dados, enfim, de tudo aquilo que se utilizou no trabalho de pesquisa.

Diante disso, este estudo trata-se de uma pesquisa de natureza básica, qual, segundo Gil (2007) é motivada pela curiosidade e suas descobertas devem ser divulgadas para toda a comunidade, possibilitando assim a transmissão e debate do conhecimento.

Quanto ao objetivo é uma pesquisa descritiva que tem como finalidade descrever um determinado fenômeno, no intuito de esclarecer e obter informações sobre os atributos de um determinado problema ou questão (GIL, 2007).

O procedimento técnico trata-se de um levantamento bibliográfico através de artigos e materiais publicados disponíveis na internet e livros, que auxiliaram na busca de compreender o problema proposto, trazendo para discussão autores tais como Azevedo (2005), Bertoli (2015), Oliveira et al. (2014), Pereira et al. (2008) e Van de Graaff (2003), entre outros de relevância para a investigação proposta.

Contou-se com abordagem qualitativa, a qual Matias-Pereira (2010) classifica como o tipo de abordagem que não necessita do uso de métodos e técnicas estatísticas, evidenciando que a relação entre o mundo objetivo e a subjetividade do sujeito não pode ser traduzida em números.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1 OS HOMENS E A BUSCA POR PROCEDIMENTOS ESTÉTICOS

Diferentemente das gerações passadas quando os homens só utilizavam cremes de barbear, loções pós-barba e gel para cabelo, na atualidade buscam hidratantes, tinturas, colônias e produtos anti-idade e, por conseguinte, a geração infanto-juvenil também está receptiva aos tratamentos estéticos, observando seus pais que demonstram maior preocupação e cuidados com a aparência, utilizando vários produtos.

Oliveira et al. (2014) descreve que em 2000, 5% dos homens brasileiros admitiam ter preocupações com a aparência e utilizar produtos cosméticos. Já em 2010, um em cada 15 homens já faziam essa afirmação. Pereira et al (2008) estimava que um em cada quinze homens já usava algum produto para deter os sinais do envelhecimento e que 30% do público masculino tinha uma loção hidratante no armário do banheiro.

Informa Oliveira (et al, 2014), que pesquisas realizadas apontam para aumento de 76% do público masculino que busca melhorar aparência, sendo que 30% tem procurado pela medicina estética em clínicas, e que desde de 2004, segundo a Federação de Profissionais Esteticistas (FEBRAPE) os homens já representavam 30% da base dos clientes no Brasil.

Vendas de produtos estéticos para os homens foram crescendo entre 25 e 30% ao ano, apontando para urgência de produtos diferenciados, focado nesse público alvo que há anos foi solicitado e nunca explorado, comentou Moraes (2008). Nessa direção, comentou Appel (2003) que o mercado da beleza tem a necessidade de se enquadrar na vaidade dos homens, direcionando assim serviços segmentados: Salão de beleza, SPA's, academia, centro de estética e produtos voltados exclusivamente a esse público.

Dantas (2017) declara que o mercado de beleza vem abrindo portas apressadamente nos dias de hoje, pois a busca masculina pelos procedimentos estéticos cresce cada vez mais, e a vaidade feminina não é a mais única a tomar esse espaço no campo da beleza, mostrando que o homem está cada vez mais preocupado com a beleza.

Com o passar do tempo, então, são encontradas várias empresas de renome no setor de cosméticos voltadas para aos homens, com produtos específicos como desodorantes, xampus, fotoprotetores, entre outros, trazendo embalagens mais sóbrias e discretas. Oliveira (et al, 2014) destaca que, neste contexto, a indústria passa a ter um olhar diferenciado para o público masculino, oferecendo, além de tendências, também embalagens e propagandas diferentes do público feminino.

Visando as mudanças na sociedade atual, observa-se que os conceitos tradicionais e de gêneros foram moldados quando se trata de estética, permitindo que os homens invadissem outros espaços como o mercado de cosméticos que está se transformando graças ao novo público (SANTOS et. al., 2018).

Para Rodrigues (2017), o comercio de cosméticos com foco no público masculino é prometedora, uma vez que o grande aumento nos últimos anos faz com que há uma grande expectativa para o futuro. Nessa direção, Couto (2014) realizou uma pesquisa com os jovens universitários na faixa etária de 19 a 26 anos, com o objetivo principal de relatar o percentual de interesse deste público masculino por tratamentos estéticos.

A preocupação com o corpo e com a aparência física - A maioria dos entrevistados deixou claro que se preocupa com o corpo e a aparência física. Dos 23 entrevistados, 13 praticam atividades físicas em academias (COUTO, 2014). É de senso comum que há grande preocupação dos homens com o corpo, principalmente, com a região abdominal (FONTES, et al. 2012).

A procura por academias está cada vez mais precoce Jovens e adolescentes já se preocupam com a aparência, mas nem sempre com a qualidade de vida(HIRATTA et al, 2012). Para adolescentes é uma forma de mostrar que passam a ser homens com o corpo formado.

Concluiu Couto (2014), o pesquisador, que despertar a atenção dos jovens universitários com o corpo malhado trata-se de uma forma nova forma de convívio social e novas amizades.

A procura por tratamentos estéticos - Quanto à procura de algum tratamento específico de estética e o qual serviço: 61% responderam “não” e 39% já buscaram. De acordo com o resultado apresentado o pesquisador informa-nos que os participantes que ainda não realizaram procedimentos de estética, a metade tem vontade ou pretende procurar esse serviço. Os demais acham desnecessário tal

cuidado, talvez pela fase juvenil que ainda não perceberam a necessidade do cuidado e até mesmo por alguma influência cultural ou social.

Quanto ao uso de filtro solar, o resultado foi positivo sendo que 65% dos indivíduos que responderam o questionário usam frequentemente o filtro solar. Além de ser um cuidado especial, o protetor previne o envelhecimento precoce e preveni doenças de pele.

O ambiente de atendimento - O mercado da beleza cresce a cada dia que passa, aperfeiçoando os tratamentos faciais e corporais, portanto, em relação ao que os homens pensam sobre a oferta de serviços e a receptividade nesses ambientes. 48, 43% dos entrevistados acham adequada a estrutura e a receptividade dos ambientes para receber o público masculino. 56, 52% dos entrevistados não sabem ou apontam que os ambientes ainda não tem comodidade suficiente (COUTO,2014).

De acordo com Bettio et al. (2012), é importante considerar a velocidade do mundo da moda ao público masculino e a colaboração da mídia em influenciar a diversidade da beleza e vaidade para com os homens. Desta forma aumenta a demanda nos espaços voltados a está área com um público mais exigente.

O público masculino por ser mais exigente e objetivo precisa de ambientes de privacidade voltados a ele. A adequação e a criatividade para incrementar esses ambientes são essenciais, assim como a qualificação profissional e o atendimento direcionado, sem empecilhos que possam travar o tempo e a comodidade dos homens (BETTIO, et al 2012).

É importante compreender-se que para o publico masculino o ambiente é totalmente oposto ao direcionado ao de salões femininos. O homem espera por um lugar silencioso, calmo, neutro, sem muitas cores vivas ou alegres e de atendimento rápido com descrição. Além disso, reflete-se que os homens não se preocupam tanto com o preço desde que haja qualidade.

Quanto à faixa etária de homens que se interessam pela aparência recorrendo aos produtos e procedimentos estéticos – Couto (2014) concluiu que a preocupação com os cuidados estéticos e físicos são comuns entre os jovens. Esta faixa etária busca perfeição e charme na aparência, mas nem sempre procura com frequência e segurança.

Os jovens na faixa etária de 20 anos querem manter o padrão de evolução tecnológica. Na faixa etária de 30 anos são vaidosos, já partir dos 40 mantém o cuidado com a beleza e com a saúde fisiológica e psicológica (SUSSKIND, 2011).

Fernandes Filho (2010) aponta que os cuidados estéticos e históricos têm grande associação com a atualidade moderna, recomendando novos estudos com faixas etárias específicas para o público masculino, detalhando a procura por bens e serviços estéticos, podendo identificar qual tipo de serviço o jovem procura ou tem interesse de procurar, bem como, o homem maduro e os idosos.

Brito, Reis (2016) corroboram com esta recomendação ao afirmar que infelizmente as bibliografias referentes a esse tema são insuficientes e sendo assim necessário que os profissionais do mercado de estética e da beleza, invistam em produções de artigos, pesquisas e livros para futuros estudos.

4.2 POSSÍVEIS MOTIVAÇÕES PARA A BUSCA DA ESTETICA MASCULINA

Na atualidade, os homens cuidam da sua estética corporal e facial para seu bem-estar, para melhorar a autoestima e para o sucesso profissional, visto que Maffesoli (1996) confirma que a beleza é um diferencial. Mais especificamente, explicam Macedo, Silva e Silva (2018) que o público masculino busca melhorar a aparência para sentir-se bem, para elevar a autoestima, pelo cuidado com a saúde, pela higiene pessoal, incluindo seu vestuário. Ressaltando-se que é mito afirmar que o homem não gosta de moda e não é vaidoso, o homem contemporâneo deseja estar sempre na moda e investe pesado em sua aparência (DANTAS; 2017).

Bauman (1999) relata que o meio social exige a beleza e que a sociedade de consumo atribui a importância da mesma como um papel significativo na vida das pessoas. Estudos sugerem que homens com melhor aparência terão mais chances de sucesso no mercado de trabalho e nos relacionamentos amorosos.

Dados coletados por Oliveira et al (2014), por meio de entrevista com 1000 homens mostrou que:

- 40% dos homens gastam 20 minutos ou mais na frente do espelho diariamente;
- 78% acha importante ter um corpo esbelto;
- 80% afirma estar acima do peso;

- 5% afirma já ter se submetido a cirurgia plástica;
- 68% considera apropriado recorrer a cirurgia plástica para fins estéticos;
- 84% tem a preocupação com as unhas;
- 81% preocupação com os cabelos;
- 75% tem preocupação com a pele e vestuário.

A indústria está voltada para um novo tipo de homem que mostra mais sensibilidade e preocupação não só com aparência, mais também com bem estar e saúde. Atualmente, a estética da beleza está tornando-se padrão, estando presente em todas as classes sociais, idades e gênero. Alguns motivos levam as pessoas a procurar cuidados com o corpo, utilizando cosméticos e tratamentos de beleza, o que está diretamente relacionado a aspectos sociais como fatores de aparência e autoconfiança (QUEIROZ, 2000).

Ressalta-se que os integrantes de determinada sociedade na procura por satisfazer seu ingresso social, procuram muitas vezes um padrão de acordo com as regras instituídas pelo meio ao qual pertença para que não termine por se expulso ou alocado do ambiente, e assim, acredita-se, que o indivíduo termine pela procura de diversos tipos de tratamento estético para se adequar na ideia onde a imagem é tudo (BARROS; OLIVEIRA, 2017).

A experiência do ser humano envolve mais do que se sentir bonito, é uma identidade entre a beleza corporal, saúde, inteligência e poder aquisitivo elevado. A procura de tratamentos estéticos para homens vem crescendo rapidamente. A própria sociedade está solicitando que os homens sejam mais vaidosos para atender as exigências profissionais e sociais (BRITO; REIS, 2016).

A ligação do homem com a beleza está cada dia mais natural e a busca pela estética tem aumentado consideravelmente nos últimos anos, tal fato ocorre pela preocupação do sexo masculino com a aparência, seja por motivo profissional ou simplesmente para sentir-se bem. A busca pela beleza masculina tem levado o homem a frequentar mais espaços que são destinados para eles, de modo que tem aumentado como exemplo barbearias que estão se adaptando a essa nova realidade masculina (SANTOS; 2019).

Para Fontes et al (2012) os homens por si só veem a beleza como facilitadora das relações sociais e amorosas, mas sucesso profissional e inteligência ainda parecem mais importantes.

Para Santos (2019) a combinação do homem com a beleza vem se adequando a cada dia que passa, e a busca pelos procedimentos estéticos tem crescido consideravelmente nas últimas décadas, de forma que tal evento se dá pela preocupação do público masculino com a sua aparência, seja por questões profissionais, de saúde ou por pura vaidade. Fazendo com que os homens fiquem mais motivados a procurar por espaços que são designados para eles em busca da beleza. Tanto que esta procura está fazendo o mercado se adequar nessa nova realidade masculina.

Os homens estão buscando produtos e serviços específicos para as suas necessidades, visando sempre boa saúde, aparência, charme e qualidade de vida. Já faz parte da sua rotina um espaço para a vaidade. A qualidade e a tecnologia são exigências presentes na busca do homem por bens e serviços relacionados à beleza (HOEPERS; PEREIRA 2008).

Os homens por sua vez buscam aperfeiçoar a sua aparência para que sejam notados e para levantar sua autoestima, se adequando sempre na higiene pessoal em busca da saúde e de um padrão específico para se vestir (MACEDO; SILVA; SILVA, 2018).

O mercado é despertado a entender o universo masculino e a criar produtos específicos para eles, assim como tratamentos e procedimentos. De acordo Fontes com (et al. 2012), há produtos diferentes para mulheres e homens, por exemplo, as mulheres podem estar usando cremes hidratantes e os homens creme antirressecamento. Para Bettio et al. (2012), o campo da estética está deslançando e deixa de ser uma fatia da indústria para se expandir e acrescentar diversos serviços especializados e com ambientes com características próprias, salões, spa's, centros de estética e bem estar.

Em suma, compreende-se que as possíveis motivações para a busca do homem contemporâneo por produtos e procedimentos estéticos compreendem: melhor aspecto da higiene pessoal, para suprir exigência do seu meio social, bem-estar para e saúde física e mental, elevação da autoestima, sucesso profissional contribuindo para o diferencial do indivíduo para o mercado de trabalho e inclusive para o relacionamento amoroso.

4.3 A BUSCA MASCULINA PELA ESTÉTICA E A QUEBRA DE TABUS

Em décadas passadas a vaidade era considerada um atributo feminino e os homens que se mostravam vaidosos recebiam olhares de prejulgamentos que apontavam que o interesse estético afetaria a masculinidade, o que ainda se percebe mesmo em pleno século XXI.

Muitas pessoas pensam que um homem ser vaidoso é motivo para ter vergonha. Antigamente, no Egito, apenas homens nobres se depilavam. Dessa forma, eles removiam as impurezas de seu corpo e ficavam mais perto dos deuses. Eles também controlavam o seu peso por meio de dietas baseadas em frutas e verduras e usavam máscaras faciais e óleos para tratar e perfumar a pele. Removiam odores corporais com óleos e cremes de leite, mel e lama e, maquiavam tal quais as mulheres.

Na Grécia Antiga o homem estava sempre cuidando da sua aparência. Luís XIV, "Rei Sol" da França, usava salto alto e blush em seu rosto. Na verdade, por mais de 150 anos, ele foi referência na moda da corte francesa e o seu poder estava diretamente ligado à sua imponência estética. Foi apenas no século XIX que ideia de que a vaidade masculina seria algo errado é pontuada.

As representações de masculinidade, em lugar de reproduzir padrões antes constituídos, o "novo homem" pode ser forte, racional, corajoso, mas, também chora, expressas emoções, é vaidoso, demonstra cuidado, brinca de boneca com suas filhas, participa ativamente na criação dos filhos, divide as tarefas domésticas e o orçamento. Cozinha deixa que a mulher se sobressaia em determinadas situações sem que lhe traga hesitações, sem deixar de ser "homem" (RIBEIRO et. al., 2019).

Ser homem está deixando de ser uma atividade de seguir regras escritas no século passado. Hoje o mundo masculino encontra-se em um processo de reestruturação, um processo pessoal no qual experiências e aprendizados resultam no desenho de uma identidade social própria (MUZSISKI; 2017).

Dantas (2017) declara que o mercado de beleza vem abrindo portas apressadamente nos dias de hoje, pois a busca masculina pelos procedimentos estéticos cresce cada vez mais, e a vaidade feminina não é a mais única a tomar esse espaço no campo da beleza mostrando que o homem este cada vez mais preocupado com a beleza.

Mediante o exposto, em consonância com Bettio et al. (2012) e Fontes et al. (2012) fica claro que o mercado da estética é despertado a entender o universo masculino e a criar produtos específicos para eles. Concluiu-se que se almeja que o homem cada vez mais se sinta seguro e capaz de aceitar os padrões de beleza demonstrando o quanto o ser humano fica mais atraente e que sua imagem seja um argumento social. Sendo assim, o cuidado com a aparência é algo estimado positivamente, capaz de causar benefícios profissionais e sociais.

4.4 ALGUNS PROCEDIMENTOS ESTÉTICOS MAIS PROCURADOS POR HOMENS

A procura pelo bem estar e a dita autorrealização nos dias de hoje configura a mentalidade popular nas diversas classes sociais. Nesta linha de raciocínio a procura pelos tratamentos estéticos já apresenta uma grande demanda e com isso diversos procedimentos e técnicas diferenciadas, fazendo com que a estética possa ser configurada de diversas maneiras (BARROS, OLIVEIRA, 2017).

A procura de homens por consultórios dermatológicos, até então, limitava-se somente à remoção de pintas e quedas de cabelo (MARTINEZ; RITTES, 2004), visto que, no que tange a área capilar muito procurada, principalmente pelo problema da calvície, além do implante capilar, propriamente dito, ou seja, dermopigmentação na calvície. O procedimento embeleza, contorna a face, realça a beleza e imperfeições, recuperando a autoestima de homens e mulheres insatisfeitas com sua imagem, e não é à toa que a técnica ganha cada vez mais espaço no mundo da beleza (MARTINS; MARTINS; MARTINS, 2009).

Bertoli (2015) afirma que entre os procedimentos mais procurados pelo público masculino está o tratamento capilar, a toxina botulínica, a massagem relaxante, harmonização facial, tratamento da acne, limpeza de pele em geral, depilação a laser de barba, aplicação de enzimas para gordura localizada, onde o autor observou que cada tempo que passa mais os homens deixam o preconceito de lado, buscando mais se cuidar e ter uma aparência melhor, sendo que, tudo o que antes era crítica para os homens hoje em dia é bem estar.

A pesquisa realizada por Mazurkewiez (2017) trouxe a informação que a maioria dos homens questionados pelo pesquisador frequenta salão de beleza

mensalmente e, entre os cuidados que eles desejam estão cortes de cabelo, sobrancelha, depilação, cuidados com as unhas, em especial com a barba.

De acordo com Fernandes Filho (2010), a pele jovial é umas das preocupações dos homens vaidosos, portanto, Couto (2014) em sua pesquisa sobre o interesse do público masculino por tratamentos estéticos, no que tange ao tipo de procedimento já realizado pelo grupo pesquisado, a limpeza de pele apresentou-se como a mais procurada seguida da depilação.

A Limpeza de Pele - segundo Barros e Meija (2015) para ser realizada uma limpeza de pele profunda, satisfatória de baixa intensidade e com sucesso há necessidade de total conhecimento de anátomo-fisiológico da pele, conteúdo apresentado na fundamentação deste estudo. Segue sugestão de uma limpeza de pele masculina passo a passo:

1. **Higienização:** a limpeza de pele masculina deve iniciar com a higienização para eliminar as impurezas. O primeiro passo é retirar toda a sujeira superficial da pele com uma loção adstringente ou sabonete antisséptico próprio para o rosto, passando um pedaço de algodão embebido no produto em toda a região do rosto suavemente, evitando friccionar muito ou esfregar, pois isso pode irritar ou machucar a pele. É preciso aplicar o algodão até que ele não esteja mais sujo.
2. **Esfoliação:** Após limpar a pele se faz a esfoliação para manter a circulação na pele e para amaciar pontos propícios ao surgimento de pelos encravados. Sugere-se escolher um esfoliante suave, pois os mais concentrados podem ferir a pele. Mas também se pode optar pelo esfoliante caseiro, misturando mel e açúcar, passando no rosto com movimentos circulares suaves. Aguardam-se alguns minutos e retira-se tudo com água fria.
3. **Hidratação:** Após eliminar o esfoliante da pele, ela fica exposta e com os poros abertos. Para evitar sujeiras e bactérias, é preciso fechar os poros com água gelada. Depois dessa etapa, aplica-se um gel ou sabonete de limpeza profunda com um algodão, até que ele fique limpo.
4. **Tonificação:** aplicar um hidratante específico para o tipo de pele do cliente ou uma água termal. Esses produtos ajudam a recuperar a pele após a limpeza e mantê-la hidratada.

A limpeza de pele masculina é importante não somente para contribuir com o aspecto saudável, mas também para manter a região livre de impurezas e bactérias. O procedimento pode ser realizado mensalmente. O cliente precisa ser orientado a usar protetor solar todos os dias.

A pele masculina é mais oleosa em razão da maior atividade das glândulas sebáceas, provocada por hormônios masculinos, principalmente pela testosterona, conforme já relatado neste estudo. Este o problema acomete mais os adolescentes, mais severo em rapazes do que em garotas (OLIVEIRA et al. 2014). Portanto, um dos tratamentos mais procurados para a pele é o Tratamentos de Acne.

Os procedimentos estéticos mais indicados para acne são: a Alta Frequência, com efeitos antibactericida, antifugicida e cicatrizante; Drenagem Linfática Manual, principalmente, a inflamatória com efeito descongestionante; Laser de baixa intensidade, que tem o efeito de diminuir a produção de sebo nas glândulas; Argilas que agem na cicatrização e no esvaziamento das pústulas; princípios ativos como ácido mandélico, que é antisséptico e anti-inflamatório (DANTAS; 2017).

O melasma, que consiste no surgimento de manchas escuras na pele, especialmente no rosto, em locais como a testa, as maçãs do rosto, os lábios ou o queixo, embora seja mais frequente nas mulheres, devido às alterações hormonais, este problema também pode afetar alguns homens, principalmente devido à exposição solar excessiva, sendo aconselhável iniciar um possível tratamento para melhorar a estética da pele.

O tratamento deve ser sempre orientado por um dermatologista, uma vez que é necessário adequar as técnicas de tratamento a cada tipo de pele e intensidade da mancha. No entanto, as orientações gerais do esteticista incluem alguns cuidados que devem ser seguidos em todos os casos, como: o uso de chapéu ou boné para proteger o rosto do sol e não usar cremes ou loções pós-barba que contenham álcool ou substâncias que irritam a pele (DANTAS; 2017).

Estes cuidados podem ser suficientes para diminuir a intensidade das manchas na pele, em alguns casos, mas se as manchas se mantêm, o médico pode recomendar o tratamento com substâncias específicas, como os agentes de hipopigmentação que incluem a hidroquinona, o ácido kójico, o mequinol ou a tretinoína, por exemplo. Já quando as manchas são permanentes e não desaparecem com nenhuma das substâncias indicadas anteriormente, o

dermatologista pode sugerir fazer peeling químico ou tratamento laser, que precisam ser feitos no consultório (DANTAS, 2017).

O peeling químico é um tipo de tratamento estético que é feito com a aplicação de ácidos sobre a pele do rosto, mãos e pescoço para retirar as camadas danificadas e promover o crescimento de uma camada lisa, podendo ser feito para eliminar manchas e linhas de expressão, por exemplo. Os principais tipos são:

Peeling químico superficial: remove a camada mais externa da pele, sendo ótimo para clarear manchas e retirar marcas de acne ou rugas superficiais;

Peeling químico médio: são utilizados ácidos que removem a camada externa e média da pele, sendo utilizado para tratar acne e rugas mais profundas;

Peeling químico profundo: remove as camadas de pele até ao nível interno, sendo recomendado para casos de pele danificada pelo sol e outras cicatrizes, como as de acne ou acidentes.

Dantas (2017) afirma que os resultados do peeling químico podem ser vistos à partir da segunda sessão de tratamento, e nesse período é aconselhado o uso de um bom creme hidratante, com filtro solar, pois a pele fica muito sensível, avermelhada e com tendência a descamar. Os resultados do peeling químico dependem do tipo de peeling, se superficial, médio ou profundo, e das características da pele, sendo o resultado mais satisfatório em peles mais claras.

Após o peeling químico a pele fica muito sensível e, por isso, é recomendado evitar a exposição ao sol, usar filtro solar de 4 em 4 horas e evitar tocar na área tratada. Além disso, é importante usar cremes hidratantes para manter a pele saudável e evitar o aparecimento de manchas e outros danos. É importante, também, lavar a pele tratada com um sabonete neutro, para evitar a irritação da área, além de ser indicado borrifar água termal na região tratada para evitar a vermelhidão e a ardência do local. É recomendado voltar ao profissional que realizou o procedimento caso a irritação seja muito grande para que se possa indicar o uso de creme com corticoides, por exemplo.

Completa o autor supracitado que os principais benefícios do peeling químico incluem: redução das cicatrizes de acne e de acidentes; renovação das camadas de pele, melhorando a aparência; redução das manchas de idade ou sol; eliminação de rugas e linhas de expressão, redução da oleosidade da pele, aumento da produção de colágeno e prevenção do aparecimento de cravos e espinhas.

Os tratamentos de rejuvenescimento - têm avançado muito nos últimos anos, com várias opções para melhorar e amenizar as linhas de expressão e rugas (SOUZA et al. 2007). A limpeza de pele consiste em remover as células mortas, oleosidade, comedões presentes na superfície da epiderme com o uso da higienização, esfoliação, tonificação, emoliência, extração, cauterização e finalização com filtro solar (OLIVEIRA, 2014). As técnicas de rejuvenescimento facial masculino citadas são: laser, Peeling, Botox, Preenchimento facial, Blefaroplastia, Lifting facial.

O **Clareamento Facial** é um tratamento à base de substâncias despigmentantes e/ou clareadoras que vão atuar sobre a região afetada. A campanha e a procura por estes tratamentos têm elevado um número crescente de pessoas aos consultórios e cabines de estética cada vez maior (PEREIRA et al. 2014). Sugere-se orientar-se ao cliente que aplique o protetor solar todos os dias, que use produto que aumente a luminosidade da pele, que esfolie a pele com frequência, que use uma máscara iluminadora, com efeito, peeling e que invista num tratamento clareador contínuo.

Com relação aos cuidados com o corpo, a depilação do público masculino vem aumentando gradativamente e com isso os profissionais precisam se especializar nas diferenças da pele e dos pelos masculinos (UEBELHOR, 2005).

Com o passar do tempo a depilação foi se tornando algo essencial e necessário para uma boa apresentação de beleza e higiene principalmente para os homens, onde a procura por retirar os pelos da barba ou de outras partes do corpo é bem comum. (MAGALHÃES, 2013). Cita-se a Fotodepilação, depilação à Luz intensa pulsada, uma forma não invasiva de tratamento rejuvenescedor e também um método utilizado para depilação (NAVES; ASSUNÇÃO, 2010).

A **Massagem Relaxante** é procedimento que segue as mesmas indicações da massagem clássica com o objetivo de diminuir edemas, proporcionar relaxamento, modelar a região facial e corporal, promover bem estar, diminuir dores musculares melhorando a qualidade de vida (PEREIRA, 2013).

Essa terapia consiste no uso da prática de aplicar vibração sobre os tecidos macios do corpo, incluindo músculos, tendões, ligamentos e articulações, estimulando a circulação, a mobilidade e a elasticidade (BERTOLI, 2015).

Gordura Localizada - conforme Cavalheiros; Ferreira; Assunção (2012), dentre vários aparelhos de eletroterapia para gordura localizada, surge a eletrolipólise que auxilia no tratamento que consiste em uma técnica de

microcorrente específica de baixa frequência (25Hz) que atua diretamente nos adipócitos e lipídeos neles armazenados, provocando sua destruição para ser eliminado (PEREIRA et al. 2014). Na tentativa de diminuir o volume do abdômen através de recursos que facilitem o processo a lipólise, a procura por tratamentos com eletroterapia vem crescendo devido ao acúmulo de gordura localizada.

Observa-se que a expansão no mercado estético para homens bem como, o aumento do interesse nos serviços de beleza, haja vista a quantidade de produtos voltados para ambos os gêneros disponíveis no mercado atual. Diante disso, o próprio mercado disponibiliza diversos serviços e produtos cosméticos com a finalidade de aperfeiçoar a qualidade de vida, saúde, beleza e bem estar, pois hoje se encontra evidente nas pessoas dos mais variados gêneros o valor do cuidado como algo fundamental para uma boa condição e qualidade de vida.

De acordo com Ribeiro (2010), o segmento da estética no mercado atual classifica e analisa as características homogêneas com a finalidade de compreender quais as necessidades e exigências do público para melhor atendê-los. O mercado da estética cada dia se torna mais amplo, fazendo com que a forma de tratar os clientes seja de maneira individual, ou melhor, por áreas como corpo, cabelo, face, dentre outros, além de adequar cuidados diferentes tanto para mulheres quanto para homens.

5 CONCLUSÃO

Os cuidados com a estética masculina vêm ganhando espaço já possuindo uma fatia do mercado para o consumo de bens e serviços em estética. A beleza ganha importância mais do que nunca, sobretudo, produtos e serviços que auxiliam na aparência, como maquiagem, cirurgias plásticas, próteses, medicamentos que permitem que o cliente revele sua personalidade. Portanto, o mercado da beleza mostra ser um dos mais promissores na expansão da economia e o resultado é a competitividade das indústrias do segmento de higiene pessoal, cosmetologia e perfumaria.

A procura dos homens por produtos e procedimentos de beleza caminha gradativamente para um grande salto no mercado, mostrando que os seguimentos de cosméticos para homens nos últimos anos têm superado o das mulheres. É preciso compreender que o público masculino é mais exigente no que diz respeito na qualidade dos serviços e tecnologia dos produtos, obrigando o mercado a se adaptar, direcionando produtos específicos para seu tipo de pele, cabelo e pelos.

Verificou-se que os homens cuidam da sua estética corporal e facial para o relacionamento amoroso, para seu bem-estar, para melhorar a autoestima, pelo cuidado com a saúde, pela higiene pessoal e para o sucesso profissional, visto que a melhor aparência é um diferencial.

Concluiu-se que em virtude das mudanças que estão ocorrendo no mercado da estética, lançando um olhar para procura de procedimentos estéticos pelo público masculino, se faz necessário que o profissional da Estética busque informações aprofundadas quanto às peculiaridades do público masculino, no que diz respeito aos aspectos fisiológicos bem como, capacitação quanto aos procedimentos estéticos diferenciados direcionados aos homens.

REFERÊNCIAS

- APPEL, Marli. **O surgimento do homo estheticus – o crescimento do mercado da beleza.** Revista da ESPM, p. 29-38, Maio/Junho de 2003. BARROS, F. B.; MEIJA, D. P. M. **Recursos Eletroterapêuticos na limpeza de pele facial.** [MONOGRAFIA]. 2014
- ARAUJO, C. A. **Corpo: espaço de sacrifício aos deuses e ao mercado.** Goiás, 2007. 181f. Dissertação (Programa de Pós-Graduação em Ciências da Religião)- Universidade Católica de Goiás, 2007.
- AZEVEDO, M. F., et al. **Feridas. Série incrivelmente fácil.** Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 2005.
- BARROS, F. B.; MEIJA, D. P. M. **Recursos Eletroterapêuticos na limpeza de pele facial.** [MONOGRAFIA]. 2014.
- BARROS, Mateus Domingues; OLIVEIRA, Rita Patrícia Almeida. **O tratamento estético e o conceito do belo.** Ciências Biológicas e de Saúde Unit | Facipe | v. 3 | n. 1 | p. 65-74. Junho 2017. Disponível em: periódicos. set.edu. Brfile:///C:/Users/FAI/Downloads/4064-Texto%20do%20artigo-13229-1-10-20170725.pdf. Acesso em ami. De 2021.
- BERTOLI, L. **Estética.** 1ª Edição. São Paulo: Editora Martinari, 2015.
- BOHJANEN, K. **Estrutura e funções da Revista Saúde em Foco – Edição nº 11 – Ano: 2019 1233 pele,** 2012.
- BONETTI, V. B. **Incidência de estrias em acadêmicos da faculdade Assis Gurgacz, identificando a sua principal causa.–** FAG, CASCAVEL, 2007. Disponível em: [http://www.fag.edu.br/tcc/2007/Fisioterapia/incidencia_de_estrias_em_academicos_d a_facul_dade_assis_gurgacz_identificando_a_sua_principal_causa.pdf](http://www.fag.edu.br/tcc/2007/Fisioterapia/incidencia_de_estrias_em_academicos_da_facul_dade_assis_gurgacz_identificando_a_sua_principal_causa.pdf). Acesso em: 20 novembro.2020.
- BRANDINI, V. **Moda, comunicação e modernidade no século XIX. A fabricação sociocultural da imagem pública pela moda na era da industrialização.** 2009. Disponível em http://www.utp.br/interin/artigos/artigo_dossie_valeria.pdf. Acesso em jun. de 2021.
- CARDOSO, E. **Harmonia facial: a busca do equilíbrio.** Vida e Estética, n. 121, jul/ago. 2006.
- CARVALHO, C.; CARQUEJO, D. **A satisfação com a imagem corporal e expressão de auto estima em jovens adolescentes dos 14 aos 17 anos,** 2004. Disponível em: Acesso em: 10 maio de 2021.
- CASOTTI, L. SUAREZ, M. CAMPOS, R. D. (orgs.). **O tempo da beleza: consumo e comportamento feminino, novos olhares.** Rio de Janeiro: SENAC Nacional, 2008.

CASTILHO, S. M. **A imagem corporal**. Santo André, SP. Ed. ESETEC, 2001.

CARVALHO, C.; CARQUEJO, D. **A satisfação com a imagem corporal e expressão de auto estima em jovens adolescentes dos 14 aos 17 anos**, 2004. Acesso em: 10 maio 2016.

CUNHA, A.P. **Plantas e Produtos Vegetais em Cosmetologia e Dermatologia**. Lisboa, Portugal: DinaLivro, 2004. P.4- 100.

CORRAL, R.C. (2017). **Análise do comportamento de consumo da indústria de produtos cosméticos: um estudo sobre o público masculino**. Centro Universitário de Formiga – Unifor, Formiga, MG. Brasil.

DANTAS, R.C. (2017). **Design, Criação e implantação de empresas de moda masculina: case Gravata**. Universidade Federal de Pernambuco, Caruaru, PE, Brasil.

ECO, U. **História da Beleza**; tradução: Eliana Aguiar. Rio de Janeiro: Record, 2004.

FERNANDES FILHO, Aurivar. **Breve Histórico da Beleza Masculina**. Univali - Campus Biguaçu. 2010. E-periódico Ano 3, n.6, jul-dez 2010, pp. 59. 79. Disponível em: <file:///C:/Users/FAI/Downloads/7941-Texto%20do%20artigo-24191-1-10-20160602.pdf> Acesso em junho de 2021.

FLOCKER, M. **O metrossexual: guia de estilo: um manual para o homem moderno**; tradução de Santiago Nazarian. São Paulo: Editora Planeta do Brasil, 2004.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

GUIRRO, E.C.O. GUIRRO. R.R.J. **Fisioterapia em estética; fundamentos, recursos e patologias**. Ed. São Paulo: Manole, 2002.

GARCIA, W. **O corpo contemporâneo: a imagem do metrossexual no Brasil**. Revista Virtual de Humanidades, 11: 1-15, 2004.

KAUARK, F.; MANHÃES, F. C.; MEDEIROS, C. H. **Metodologia da Pesquisa: guia prático**. – Itabuna: Via Litterarum, 2010.

LOUREIRO, I. **Sobre as Varias noções de estética de Freud**. Revista de Psicanalise, 2003. Disponível em: Acesso em: 3 jun. 2016.

MACEDO, G.A., Silva, E.E. & Silva, M.E. **Vaidade Masculina: hábitos e influências na decisão de compra do público masculino de produtos cosméticos numa empresa no município de Teófilo Otoni – MG**. Brazilian Journal of Development., 2018.

MAGALHÃES, L.O. Depilação: Avaliando as concepções científicas e de senso comum de alunos e profissionais. Brasília. Instituto de Química 2013.

MARAGON, T.C. Linha Cosmética orgânica masculina: experimente. Universidade Federal do Mato Grosso, Cuiabá, MG, Brasil, 2018.

MARTIN, V. Em lugar do metrossesual, o homem do futuro será "übersexual. SP: USP, 1991.

MARTINS, A.; MARTINS, M.; MARTINS, M. Micropigmentação: A beleza feita com arte. Ed. livraria medica paulista, 1º edição, 2009.

MATIAS-PEREIRA, J. Manual de metodologia da pesquisa científica. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MARTINEZ, M; RITTES, P. Beleza sem cirurgia: tudo que você pode fazer para adiar a plástica. São Paulo: Senac São Paulo, 2004.

MATARAZZO, G. W. F. Curso de estética. Volume I. São Paulo: Editora da USP, 1999.

MEDEIROS, M. S. F. Imagens, percepções e significados do corpo nas classes populares. Sociedade e estado. v. 19, n. 2 Brasília July/Dec. 2004.
MORAES, R. Cosméticos Masculinos: Venda de produtos de beleza para homens cresce à razão de 30% ao ano. Química e derivados, 2008.

MEDEIROS, M. S. F. Imagens, percepções e significados do corpo nas classes populares. Sociedade e estado. V. 19, n. 2 Brasília July/Dec. 2004.

MUZSINSKI, R.A. O consumidor Masculino de Roupas: uma análise do processo decisório de compra. Trabalho de Conclusão de Curso. Universidade Federal do Rio Grande de Sul, Porto Alegre, RS, Brasil, 2017.

MAZURKEWIZ, B., F. A., Dessbesell, V.H., Bussler, N.R., Rotili, L.B. & Lopes, L.F. (2017). A influência da vaidade no comportamento de compra do consumidor masculino das gerações X e Y. ScientiaTec: Revista de Educação, Ciência e Tecnologia do EFRS. 4(4): 69- 92.

OLIVEIRA, Andrea Lourenço et al. Curso Didático de Estética. 2º ed. São Caetano do Sul, SP: Yendis, 2014.

PEREIRA, M. F. L. Curso de estética: Cosmetologia. São Caetano do sul, SP. Ed. Difusão, 1º edição, 2014.

QUEIROS, R. S. O corpo brasileiro: estudos de estética e beleza. São Paulo: Senac São Paulo, 2000.

RIBEIRO. Cláudia Regina. O novo homem e a revista Men's Health: incluindo o masculino na esfera do consumo. - Rio de Janeiro.

RIBEIRO, B. C. P., Silva, G. V, da, Santana, M. S. & Mota, R. C. (2019). **Discutindo estereótipos de Gênero. Análise das Representações de novas Masculinidades em Campanhas Publicitárias.** Caderno Profissional de Marketing – UNIMEP. 7(1).

RODRIGUES, D.N. (2017). **Comportamento do Consumidor de Cosméticos: estudo exploratório do público masculino.** Universidade Federal no Paraná, Curitiba, PR, Brasil.

SANTOS, A. S. dos, Rocha, B da H., Melo, G. A., Dilácio, J. S. R., Souza, N. J. de & Mazei, V. R. (2018). **O consumo de Cosméticos faciais e capilares pelo Público Masculino: uma análise para além das aparências.** Revista Científica da FAESA. 14(1). 55-76.

SANTOS, M. E. G. dos (2019). **Análise de mercado de empresas do ramo da beleza masculina em uma cidade do sertão Paraibano.** Universidade Estadual da Paraíba, Patos, PB, Brasil.

SANTOS, V. S. "Pele"; **Brasil Escola.** Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/biologia/pele>. Acesso em 10 de novembro de 2020.

SHMIDTT, A; OLIVEIRA, C; GALLAS, J. C. **O mercado da beleza e suas consequências.** 2008. Acesso em: Acesso: 5 jun. 2021.

TOMASSI, L. **O ser magro em um corpo gordo.** São Paulo. Zian Ed. 2007.

TORTORA, G. J. **Corpo Humano: Fundamentos de anatomia e fisiologia.** 4 ed. Porto Alegre: ARTMED, 2004.

VAN DE GRAAFF, K. M. **Anatomia Humana.** Barueri: Manole, 2003.

VIGARELLO, G. **História da Beleza: o corpo e a arte de se embelezar, do renascimento aos dias de hoje.** Rio de Janeiro: Ediouro, 2006.