



Revista do Departamento de Educação Física e Saúde e do Mestrado em Promoção da Saúde da Universidade de Santa Cruz do Sul / Unisc

>> Ano 18 - Volume 18 - Número 1 - Janeiro/Março 2017

## ARTIGO DE REVISÃO

# O poder da vaidade e do autocuidado na qualidade de vida

*The power of vanity and self care in quality of life*

Katiane Aparecida Soaigher,<sup>1</sup> Fábio Ricardo Acencio,<sup>1</sup> Diógenes Aparício Garcia Cortez<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Centro Universitário de Maringá (UniCesumar), Maringá, PR, Brasil.

Recebido em: 13/08/2016 / Aceito em: 27/09/2016 / Publicado em: 18/10/2016

[katianeas@hotmail.com](mailto:katianeas@hotmail.com)

## RESUMO

**Objetivo:** realizar uma revisão da literatura sobre a influência da vaidade e do autocuidado para a qualidade de vida. **Método:** estudo de revisão em que as buscas foram realizadas nas bases de dados Scielo, Portal de Periódicos CAPES, LILACS, e Google Acadêmico. Foram selecionados artigos publicados entre 2010 e 2016, em periódicos nacionais e internacionais. As palavras chave utilizadas na pesquisa foram: estética; promoção da saúde; indústria cosmética; autoconceito; autoimagem; vaidade. **Resultados:** os artigos consultados mostraram que a aparência tem relação nos diversos aspectos do sucesso, poder humano, sendo a vaidade e autocuidado fatores importantes na construção da imagem. **Considerações finais:** devemos ser vistos não apenas como um corpo, mas como indivíduos providos de inteligência e sentimentos. Quando sabemos administrar nossa relação com a vaidade e autocuidado, preservando nossa saúde física e emocional, poderemos então ter um trunfo a mais no jogo das relações.

**Palavras-chave:** Estética; Promoção da Saúde; Indústria Cosmética; Autoimagem.

## ABSTRACT

**Objective:** conduct a literature review on the influence of vanity and self-care for the quality of life. **Method:** the searches were conducted in Scielo databases, Portal CAPES, LILACS, and Google Scholar. Articles published between 2010 and 2016 in national and international journals were selected. **Results:** the articles consulted showed that the appearance is related to the various aspects of successful human power, and vanity and self-care are important factors in image building. **Closing remarks:** we must be seen not only as a body, but as individuals provided intelligence and

feelings. When we manage our relationship with vanity and self-care preserving our physical and emotional health, then we can be an asset to more in the game of relationships.

**Keywords:** Esthetics; Health Promotion ; Cosmetic Industry; Self Concept.

## INTRODUÇÃO

Somos avaliados a todo o momento e nossa aparência pode refletir características das quais não imaginamos.

A vaidade que é uma preocupação com a aparência física, é um pecado necessário nos dias atuais. Indivíduos que não estejam dentro dos padrões estabelecidos no seu meio, podem ter dificuldades nos diversos relacionamentos. Quem é visto como belo tem maior facilidade de encontrar parceiros sexuais, além de ter maiores oportunidades de trabalho, claro que nem sempre, como principal meio de sucesso profissional, mas é um fator que agrega positivamente.<sup>1</sup>

Características físicas não devem ser vistas como prioridades na escolha de um bom profissional, mas conceitos pré estabelecidos são inerentes ao ser humano e precisamos estar preparados para esses julgamentos que também fazemos.<sup>2</sup>

Os padrões estabelecidos pela sociedade não devem ser vistos como uma regra a ser seguida, pois desse modo, os indivíduos que não se encaixam ou não tem condições financeiras para alcançar esse encaixe podem sofrer com isso. A questão é que características como elegância e autocuidado são vistas como positivas. Os padrões estéticos mudam a todo o momento e de tribo para tribo, portanto não há a possibilidade de se encaixar em todos os meios. Isso pode gerar insatisfações constantes e não é o que os profissionais éticos da beleza esperam.<sup>1</sup>



Os ideais de beleza são construídos socialmente e, junto com eles, surgem necessidades de nos vermos de determinada forma.<sup>3</sup> O belo é associado ao forte, ao bom, ao sucesso. A aceitação social torna as pessoas mais seguras, mais confiantes. A vaidade cobrada do homem é diferente à cobrada pela mulher. Enquanto a mulher deve ser delicada e sensual, o homem deve ser forte e sofisticado.<sup>4</sup>

Beleza pode estar relacionada a diversos fatores, como gestos agradáveis, harmonia, comportamento social, enfim, não apenas características propriamente ditas, mas modos de se expressar.<sup>5</sup> E pode ser dita como características que agradem determinado grupo.<sup>6</sup> Beleza pode ser ainda a busca pela novidade, pela expressão do estilo de vida.<sup>7</sup> A busca pela beleza não deve ser vista como negativa, já que pode trazer uma sensação de libertação, de satisfação, de valorização do sujeito consigo mesmo, de julgamento positivo do sujeito.<sup>8</sup>

Este trabalho tem por objetivo fazer uma análise da literatura para entender como a vaidade e o autocuidado podem ser promissores para uma melhor qualidade de vida.

## MÉTODO

As buscas foram realizadas nas bases de dados Scielo, Portal de Periódicos CAPES, LILACS, e Google Acadêmico. Foram selecionados artigos publicados entre 2010 e 2016, podendo ser escrito em português e inglês. As palavras chave utilizadas na pesquisa foram: vaidade, estética, qualidade de vida, autocuidado, e promoção da saúde, também com descritores em inglês. No sistema de categorização foram utilizados os seguintes: o prazer de se cuidar; a linha tênue entre o querer do sujeito e a cobrança da mídia; o promissor mercado da beleza; qualidade de vida e beleza; estilo de vida e promoção da saúde.

## RESULTADOS E DISCUSSÃO

A partir das categorias estabelecidas, foram sintetizadas considerações a partir da literatura selecionada.

### O prazer de se cuidar

Cuidar é algo comum do ser humano e quando nos cuidamos, nos valorizamos. Esse autocuidado gera prazer quando controlado, quando o ato de se cuidar esteticamente não se torna o centro da vida do indivíduo. Da mesma forma, quem não se cuida perde o prazer de se ver bem. Com o olhar crítico da sociedade, sabemos como é importante estar aparentemente bem. O autocuidado, quando controlado, é um afeto consigo mesmo, uma satisfação.<sup>9</sup>

Para a construção desse autocuidado consumimos produtos e serviços, que se tornam necessários, conforme nosso convívio social. É importante pensar nos limites entre o autocuidado com a imagem corporal e a saúde. Muitos dos procedimentos indicados pela mídia extrapolam os limites fisiológicos do corpo. Os profissionais da beleza devem sempre estar atentos ao bem estar e segurança de seus pacientes. E os usuários sempre buscando informações prévias em fontes de

informação confiáveis para vir com perguntas prévias, antes dos procedimentos, podendo então escolher melhor por qual profissional optar.<sup>10</sup>

Quando sabemos nos cuidar e procurar métodos adequados para as disfunções estéticas que nos incomodam podemos nos sentir mais satisfeitos. Mesmo que a diferença estética não seja tão visível, o saber se cuidar e gostar de se cuidar influenciam positivamente a autoimagem.<sup>5</sup>

### A linha tênue entre o querer do sujeito e a cobrança da mídia

O estilo de vida das pessoas pode mudar conforme o que a sociedade cobra e a sociedade nem sempre é acolhedora. A mídia nos influencia a todo o momento e cabe a nós sabermos como lidar com isso. Os padrões inalcançáveis e os produtos ditos como necessários são vistos nos diversos meios.<sup>11</sup>

O padrão de beleza da magreza trouxe e ainda traz sérias consequências na saúde física e mental, principalmente de adolescentes. Agora a vigorexia parece ser um novo problema que é a busca por um corpo extremamente definido com os músculos em evidência. Os meios de comunicação precisam estar atentos à forma que transmitem suas mensagens, para não afetar de forma negativa o bem estar da população. Uma alimentação equilibrada, é um dos principais meios de alcance da beleza saudável.<sup>12</sup>

É importante que os profissionais da beleza saibam detectar quando seus pacientes têm uma relação saudável com o corpo ou não. Equipes multidisciplinares com psicólogos e nutricionistas se fazem necessárias muitas vezes para intervenções efetivas sem prejuízos emocionais.<sup>13</sup>

### O promissor mercado da beleza

Com essa percepção, o mercado estético cresce a cada dia, e surgem oportunidades para a indústria cosmética e os demais profissionais da área. As mulheres estão no mercado de trabalho, sendo exigidas quanto à sua aparência e os homens entendem que vaidade não é apenas para as mulheres. Além da procura por tratamentos estéticos, cresce o uso da cosmetologia em casa, exercícios físicos, procura por cirurgias estéticas e por informação nos diversos meios de comunicação.<sup>14</sup> Os usuários se tornam sofisticados e estão sempre à procura de tendências.<sup>15</sup>

A medicina antienvelhecimento é uma inovação que busca anos de produtividade e independência.<sup>16</sup> A juventude eterna não é possível, e as pessoas precisam saber lidar com isso, agora o cuidado com a pele é essencial para demonstrar cuidado e higiene.<sup>6</sup>

Mesmo as mulheres com condições financeiras inferiores investem em produtos de beleza, mesmo que só possam consumir produtos mais básicos como de higiene. E muitas vezes optam por produtos de marcas reconhecidas, buscando status. Já que a mídia tem influência na beleza vaidade e padrões estéticos, é preciso o cuidado de quem faz uso desses meios entender que a sexualidade muitas vezes exagerada deve ser controlada, já que muitas crianças e adolescentes podem ver isso de maneira não saudável.<sup>17</sup>

## Qualidade de vida e beleza

Não existe um consenso para definir qualidade de vida, no entanto, pode-se entender como bem estar físico e mental, satisfação, lazer, enfim, a qualidade de vida irá depender do que é importante para cada indivíduo. Por mais difícil que seja mensurar qualidade de vida existem testes específicos para isso e a busca por essa mensuração é grande, já que QV vem sendo cada vez mais discutida por ser essencial à promoção da saúde.<sup>18</sup>

Quando pensamos na relação entre qualidade de vida e beleza é necessário entender que cada indivíduo anseia por objetivos diferentes, e tem expectativas diferentes no alcance da beleza. Um exemplo extremo são as modelos de passarela ou manequim que tem exigências rígidas quanto às medidas corporais. Nesse caso é preciso maior cuidado, pois a qualidade de vida pode ser prejudicada devida tamanha cobrança.<sup>19</sup>

Um exemplo muito importante na prevenção da beleza e qualidade de vida é o uso do fotoprotetor e da atividade física. O fotoprotetor é essencial para manter a integridade da pele e atua na prevenção de linhas de expressão, hiperpigmentação e em todo o processo de envelhecimento da pele. Além de ser essencial na prevenção de neoplasias cutâneas. Já, a atividade física que é essencial para a manutenção do peso corporal e ganho de massa muscular atua positivamente no sistema cardiovascular, controle da pressão arterial, entre outros benefícios nos demais sistemas corporais.<sup>20</sup>

Cirurgias estéticas quando feitas por profissionais habilitados podem ser a chave para uma melhora de qualidade de vida. Como é o caso da cirurgia para orelha de abano, que traz mais confiança e satisfação com a aparência.<sup>21</sup> Recente estudo feito com pacientes submetidas a reconstrução mamária mostrou que 93,75% se sentiam muito satisfeitas, melhorando aspectos emocionais e sexuais, resgatando a feminilidade.<sup>22</sup>

Pacientes com problemas estéticos dentários, após o tratamento melhoram sua socialização e autoconfiança através do sorriso, tendo melhores oportunidades.<sup>23</sup>

## Estilo de vida e promoção da saúde

O estilo de vida influencia a autoimagem corporal e o autocuidado, já que condições financeiras melhores propiciam o acesso aos tratamentos estéticos. Além disso, indivíduos com maior nível de escolaridade tendem a entender melhor as mudanças corporais e a busca por procedimentos adequados.<sup>24</sup> O corpo nos ajuda na construção da nossa imagem, e nos tempos contemporâneos é comum o aumento por atividade de lazer e fotografias que nos expõe ainda mais. Isso pode interferir positivamente ou não na nossa relação com nosso corpo. Com o aumento da exposição, se torna maior o medo dos possíveis julgamentos, no entanto pode se tornar mais um incentivo para a busca de um corpo saudável.<sup>25</sup>

Ainda existem grupos que entendem transtornos de autoimagem como um estilo de vida. Como é o caso de um grupo de jovens com anorexia que se motivam a continuar com esse transtorno, podendo ser visto como um protesto no papel da mulher ocidental.<sup>26</sup>

Os cuidados na juventude nada mais são que a

procura de retardar as disfunções estéticas do futuro.<sup>27</sup> Pensando em indivíduos idosos, a degradação dos sistemas corporais é constante e com o sistema tegumentar não é diferente. As mulheres, principalmente, podem sofrer muito com essas alterações, interferindo na sua qualidade de vida. Daí a importância do autocuidado. O que pode acontecer também e a avaliação negativa do autocuidado. Muitas vezes indivíduos que se vêem na necessidade de melhorar a aparência física, quando o fazem, não tem um por retorno ou apoio de quem está a sua volta. Ainda quem possui traços ditos como belo podem sofrer um pré-julgamento de inutilidade ou falta de eficiência.<sup>28</sup>

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os 28 artigos consultados mostraram que a aparência tem relação nos diversos aspectos do sucesso e "poder humano", sendo a vaidade e autocuidado fatores importantes na construção da imagem. O ser humano é complexo, e suas relações imprevisíveis. O uso da beleza para a busca de poder e sucesso é válida, já que é um dos recursos disponíveis e passíveis de mudança.

Devemos ser vistos não apenas como um corpo, mas como indivíduos providos de inteligência e sentimentos. Quando sabemos administrar nossa relação com a vaidade e autocuidado, preservando nossa saúde física e emocional, poderemos então ter um trunfo a mais no jogo das relações.

## REFERÊNCIAS

1. De Avelar CFP, Veiga RT. Como entender a vaidade feminina utilizando a autoestima e a personalidade/How to understand women's vanity using self-esteem and personality/Cómo entender la vanidad femenina utilizando la autoestima y la personalidad. *Revista de Administração de Empresas* 2013;53(4):338.
2. Goetz ER, Kanan LA, Bergamaschi R. O mercado de trabalho e a beleza. *Revista UNIPLAC* 2014;2(1).
3. Pinheiro MCT, Figueredo PDMV. Padrões de beleza feminina e estresse. *Revista CADE* 2012;11(1).
4. Tan Y, Shaw P, Cheng H, Kim KK. The construction of masculinity: A cross-cultural analysis of men's lifestyle magazine advertisements. *Sex Roles* 2013;69(5-6):237-249. doi: 10.1007/s11199-013-0300-5.
5. Santos ID, Jesus PBRD, Brandão EDS, Oliveira EB, Silva AVD. Repercussões do acometimento cutâneo na vida das pessoas: sociopoetizando a autoimagem e a autoestima. *Rev Enferm. UERJ* 2014;22(2):157-62
6. Schlösser A, Camargo BV. Representações sociais da beleza física para modelos fotográficos e não modelos. *Psico* 2014;46(2):274-82. doi: 10.15448/1980-8623.2015.2.17725.
7. Changsong LI. Impact of Beauty Fashion on Contemporary Chinese Youth. *Canadian Social Science* 2013;9(6):15. doi: 10.3968/j.css.1923669720130906.2988
8. Teixeira FLS, Freitas CMSM, Oliveira CI. A beleza feminina como poder: desvendando outros sentidos para a construção estética de si. *Revista Brasileira de Ciências do Esporte* 2014;36(2).
9. Da Costa VF, Jaeger FP. Do hidratante ao sapatinho de cristal: A relação da mulher com o consumo de produtos usados

- no autocuidado. *Diálogo* 2014;(31):117. doi: 1018316/2238-9024.16.28.
10. De Almeida Pereira DA, Doimo LA, Kowalski M. Discurso estético do corpo—o auto cuidado de mulheres. *CSONline-Revista Eletrônica de Ciências Sociais* 2010;(6).
  11. Kaur K, Arumugam N, Yunus NM. Beauty product advertisements: A critical discourse analysis. *Asian social science* 2013;9(3):61.
  12. Witt JDSGZ, Schneider AP. Nutrição Estética: valorização do corpo e da beleza através do cuidado nutricional. *Ciência & saúde coletiva* 2011;16(9):3909-16.
  13. De Andrade, D. D. On norms and bodies: findings from field research on cosmetic surgery in Rio de Janeiro, Brazil. *Reproductive health matters* 2010;18(35):74-83. doi: 10.1016/S0968-8080(10)35519-4.
  14. Strehlau VI, Claro DP, Neto SAL. A vaidade impulsiona o consumo de cosméticos e de procedimentos estéticos cirúrgicos nas mulheres? Uma investigação exploratória. *Revista de Administração* 2015;50(1):73. doi: 0.5700/rausp1185.
  15. Luo W. Aching for the altered body: Beauty economy and Chinese women's consumption of cosmetic surgery. In *Women's Studies International Forum* 2015; 38.
  16. Ellison KL. Age transcended: A semiotic and rhetorical analysis of the discourse of agelessness in North American anti-aging skin care advertisements. *Journal of aging Studies* 2014(29):20-31.
  17. Vandenbosch L, Eggermont S. Understanding sexual objectification: A comprehensive approach toward media exposure and girls' internalization of beauty ideals, self objectification, and body surveillance. *Journal of Communication* 2012;62(5):869-87. doi: 10.1111/j.1460-2466.2012.01667.x
  18. Campos MO, & Rodrigues Neto JF. Qualidade de vida: um instrumento para promoção de saúde. *Revista Baiana de Saúde Pública* 2014;32(2):232.
  19. Lisboa SDC, Delevatti RS, Krue LFM. Padrões de Beleza, Saúde e Qualidade de Vida em Modelos de Passarela—uma Revisão de Literatura. *Revista Brasileira de Ciências da Saúde* 2016;19(3):241-6.
  20. Purim KSM, Leite N. Fotoproteção e exercício físico:[revisão]. *Rev Bras Med Esporte* 2010;16(3):224-9. doi: 10.1590/S1517-86922010000300014.
  21. Hornos A. Correção de orelha de abano por técnica combinada: análise de resultados e alteração da qualidade de vida. *Rev. bras. cir. Plást* 2013;28(3):406-415.
  22. Colombo FGE. Avaliação do grau de satisfação de pacientes submetidas a reconstrução mamária. *Rev Bras Cir Plást* 2013;28(3):355-60.
  23. Miguel JAM, Palomares NB, Feu D. Life-quality of orthognathic surgery patients: the search for an integral diagnosis. *Dental press journal of orthodontics* 2014;19(1):123-37.
  24. Skopinski F, de Lima Resende T, Schneider RH. Imagem corporal, humor e qualidade de vida. *Rev Bras Geriatr Gerontol* 2015;18(1):95-105. doi: 10.1590/1809-9823.2015.14006.
  25. De Castro AL. Indústria da beleza: uma abordagem sócio-antropológica do culto ao corpo na cultura contemporânea. *Latitude* 2013;4(1).
  26. Bittencourt LJ, Almeida RA. Transtornos alimentares: patologia ou estilo de vida? *Psicologia & Sociedade* 2013;25(1).
  27. Simili IG, Souza MC. A beleza das meninas nas "dicas da Barbie". *Cadernos de Pesquisa* 2015;45(155):200-217. doi: 10.1590/198053142878.
  28. Baroni EDRV, Biondo-Simões MDLP, Auersvald A, Auersvald LA, Montemor Netto MR, Ortolan MCAB, Kohler JN. Influence of aging on the quality of the skin of white women: the role of collagen. *Acta Cir Bras* 2012;27(10):736-40. doi: 10.1590/S0102-86502012001000012.

**Como citar:** SOAIGHER, Katiane Aparecida; CORTEZ, Diógenes Aparício Garcia. O poder da vaidade e do autocuidado na qualidade de vida. *Cinergis*, Santa Cruz do Sul, v. 18, n. 1, out. 2016. ISSN 2177-4005. Disponível em: <<https://online.unisc.br/seer/index.php/cinergis/article/view/8218>>. Acesso em: 11 out. 2016. doi:<http://dx.doi.org/10.17058/cinergis.v18i1.8218>.