

# TRATAMENTOS ESTÉTICOS PARA O PÚBLICO MASCULINO

**\*Lilian de Cássia Mantovani Brito**

**\*\*Yara Prado Barolli Reis**

## RESUMO

Este trabalho descreve os tratamentos estéticos para o público masculino. Tal abordagem se faz necessária para esclarecer que há tratamentos estéticos específicos para os homens, que estão sendo mais procurados, e a sociedade já está enxergando este novo conceito com outros olhos. Tal trabalho objetiva demonstrar como os tratamentos estéticos oferecem benefícios a saúde e bem estar do homem e que é um segmento inovador ao novo comportamento deste público. Realizou-se pesquisas bibliográficas por buscas nas bases de dados LILACS, MEDLINE e no acervo da biblioteca do Centro Universitário do Sul de Minas – UNIS - MG. O período pesquisado na base de dados foi do primeiro bimestre do ano de 2016. A pesquisa demonstrou que hoje há várias indústrias trabalhando em linhas, produtos e tratamentos específicos para os homens. Os profissionais de estética estão se aperfeiçoando nos tratamentos específicos voltado para os homens. A procura dos homens por produtos e serviços está cada vez maior, pois, a sociedade exige uma melhor aparência, mas infelizmente são escassas as bibliográficas referentes a este tema sendo necessário que o profissional da beleza invista em mais estudos.

**Palavras-chave:** Homens. Indústria da Beleza. Terapêutica.

\* Tecnóloga em Estética e Cosmética (UNIS/MG). Discente do Curso de Pós- graduação em Estética e Saúde - Centro Universitário do Sul de Minas, UNIS/MG. E-mail: lilianmantovani@hotmail.com

\*\*Farmacêutica. Mestre em Biotecnologia Aplicada a Saúde. Docente do Curso de Pós-Graduação em Estética e Saúde – Centro Universitário do Sul de Minas, UNIS/MG. E-mail: yarapbarolli@gmail.com

## 1.0 INTRODUÇÃO

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, está diretamente relacionado a aspectos sociais como fatores de aparência e autoconfiança. Por conta disso, o mercado da estética e da beleza está em pleno crescimento satisfazendo os indivíduos como um todo (PEREIRA *et al.* 2008). Segundo Queiroz (2000) a experiência do ser humano envolve mais do que se sentir bonito, e uma identidade entre a beleza corporal, saúde, inteligência e poder aquisitivo elevado.

Em virtude do alto crescimento na área da estética, em ambos gêneros, tornando-se necessário uma divisão do mercado da estética, para melhor atender o público (PEREIRA *et al.* 2008). 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 (VIGARELLO, 2006).

Hoje 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. Pesquisas foram realizadas e apresentaram um aumento de 76% do público masculino em melhorar sua aparência e comprovaram que hoje a procura pela medicina estética, em clínicas, mostra que quase um terço dos clientes do Brasil são homens (OLIVEIRA *et al.*, 2014).

Nas gerações passadas, os homens só utilizavam cremes de barbear, loções pós barba e gel para cabelo e hoje já buscam hidratantes, tinturas, colônias e produtos anti-idade. Os filhos, observando os pais de hoje, utilizando tais produtos, estão receptivos a se cuidarem com tratamentos estéticos no futuro (OLIVEIRA *et al.*, 2014).

O público masculino está mais exigente no que diz respeito na qualidade dos serviços e tecnologia dos produtos, obrigando o mercado a se adaptar a eles, direcionando produtos específicos para seu tipo de pele, cabelo e pelos (PEREIRA *et al.*, 2008).

Atualmente encontra-se empresas de renome no setor de cosméticos voltados aos homens, com produtos específicos como desodorantes, xampus, fotoprotetores entre outros com embalagens mais sóbrias e discretas (OLIVEIRA *et al.* 2014).

A procura por consultórios dermatológicos até pouco tempo pelos homens limitava-se somente à remoção de pintas e quedas de cabelo. Estima-se, hoje, que um em cada quinze homens use algum produto para deter os sinais do envelhecimento e que 30% do público masculino tem uma loção hidratante no armário do banheiro (MARTINEZ; RITTES, 2004).

Os seguimentos de cosméticos para homens nos últimos anos têm superado o das mulheres. Estudos sugerem que homens com melhor aparência terá mais chances de sucesso no mercado de trabalho e nos relacionamentos amorosos. Percebe-se que o homem está se preocupando mais com seu bem estar físico e mental e não apenas com seu trabalho e compromissos diários deixando de ser antiquado e passa a ser mais moderno e mais sensível (PEREIRA, 2008).

O objetivo deste trabalho foi demonstrar como os tratamentos estéticos pelos homens não influencia sua masculinidade, mas pode oferecer benefícios para saúde e bem estar e é um segmento inovador e promissor frente ao novo comportamento do homem com relação ao uso de produtos.

## **2.0 MATERIAL E MÉTODO**

Para a realização deste artigo foi elaborado uma pesquisa de revisão de literatura, buscando tratamentos estéticos para o público masculino. Assim, para alcançar os objetivos do estudo, a pesquisa bibliográfica, realizou-se pesquisas bibliográficas por buscas nas bases de dados LILACS, MEDLINE e no acervo da biblioteca do Centro Universitário do Sul de Minas – UNIS - MG. O período pesquisado na base de dados foi do primeiro bimestre do ano de 2016. Utilizando as palavras-chaves: Homens, Indústria da beleza e Terapêutica.

- Os critérios de inclusão definidos para a seleção dos documentos foram: artigos publicados na íntegra e de forma gratuita, publicados nos referidos bancos de dados nos últimos dez anos (2005-2015).
- Os critérios para exclusão dos artigos foram: as amostras não serem exclusivamente sobre o tema da revisão.

### **2.1 Tratamentos estéticos para o público masculino**

#### **2.1.1 Tratamentos de Acne**

A pele masculina é mais oleosa em razão da maior atividade das glândulas sebáceas, provocada por hormônios masculinos, principalmente pela testosterona. No entanto o problema acomete mais os adolescentes, que é mais severo em rapazes do que em garotas (OLIVEIRA et al. 2014).

Os tratamentos mais indicados são: A Alta Frequência®, com efeitos antibactericida, antifúngica 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 anti-séptico e antiinflamatório.

### **2.1.2 Depilação**

A Luz intensa pulsada é uma forma não invasiva de tratamento rejuvenescedor e também um método utilizado para depilação (UEBELHOR, 2005; NAVES; ASSUNÇÃO, 2010).

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).

### **2.1.3 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- fisiologia da pele. 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)

### **2.1.4 Gordura Localizada**

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. (CAVALHEIROS; FERREIRA; ASSUNÇÃO, 2012)

#### **2.1.4 Dermopigmentação na Calvície**

O procedimento embeleza, contorna a face, realça a beleza e imperfeições, recuperando a auto estima 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).

#### **2.1.5 Clareamento Facial**

Entende-se que 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 está cada vez maior (PEREIRA *et al.* 2014).

#### **2.1.6 Massagem Relaxante**

Esse procedimento 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).

### **3.0 RESULTADO E DISCUSSÃO**

De acordo com o Jornal da Globo Online (2003), devido ao lançamento de produtos destinados de vários segmentos sociais, houve a diversificação e a ampliação das linhas de produtos de higiene, perfumaria e cosméticos desde 1994. Maffesoli (2000) ressalta também que desde 1994 a partir da implantação do Real anuncia ano após ano o crescimento do consumo de produtos de beleza. Medeiros (2004) salienta que mesmo o PIB (Produto Interno Bruto) do Brasil apresentando queda, o mercado de cosméticos continuou em crescimento.

Segundo a ABIHPEC (Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosmética) em 2002 a venda dos produtos de embelezamento masculino cresceu 8% no Brasil mostrando que o homem se preocupa mais com a beleza. De acordo com FEBRAPE (Federação de Profissionais Esteticistas) em 2004 os homens já apresentavam 30% da base dos clientes no Brasil (COMÉRCIO & INDÚSTRIA, 2005). Já em 2008, Moraes ressalta as vendas crescendo entre 25 e 30% ao ano e que já estaria na hora de ter produtos diferenciados, focado nesse público alvo que há anos foi solicitado e nunca explorado (MORAES, 2008).

Appel (2003) diz que vem ocorrendo uma transformação lenta nos paradigmas que passam nas sociedades ocidentais e a beleza vem ganhando prioridade entre os homens. 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. Salientando ainda que 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.

Dados de Oliveira *et al.*(2014) com 1000 homens mostrou: 40% dos homens gastam 20 minutos ou mais na frente do espelho diariamente; 78% acham importante ter um corpo esbelto, porém 80% afirmam estarem acima do peso; 5% afirmam já ter se submetido a cirurgia plástica e 68% consideram 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. Maffesoli (1996) confirma que a beleza é um diferencial. 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.

Appel (2003) destaca 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. Concordando com a afirmação acima, Oliveira *et al.*(2014) destaca que a indústria hoje em dia passa a ter um olhar diferenciado para o público masculino, oferecendo tendências como embalagens e propagandas diferentes do público feminino.

#### **4.0 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

No mundo atual a procura dos homens por produtos e tratamentos de beleza ainda está caminhando para um grande salto no mercado. Precisa ser conscientizando que o público masculino cuide de seu rosto, seu corpo e também cuide da sua saúde e bem estar. Uma alimentação saudável, uma atividade física, produtos e tratamentos estéticos fazem a diferença na saúde do corpo e da alma pois a sociedade exige que a aparência seja saudável em qualquer circunstância. Os profissionais hoje estão se capacitando com mais ênfase e preocupação para conseguirem atingir os objetivos esperados pelos clientes que são exigentes e fieis.

Infelizmente as bibliografias referentes a esse tema são insuficientes e sendo assim necessárias que os profissionais do mercado de estética e da beleza, invistam em produções de artigos, pesquisas e livros para futuros estudos.

#### **ABSTRACT**

This document aesthetic treatments for the male audience described. This approach is necessary to clarify that there are specific cosmetic treatments for men, the most popular, and the company is already seeing this new concept with new eyes. This paper aims to demonstrate how aesthetic treatments offer health benefits and well-being of man and that is an innovative segment for the new public behavior. We have conducted literature searches by searching the LILACS, MEDLINE and library collections of the University Center of Southern Minas Gerais data - UNIS - MG. The period searched the database were the first two months of the year 2016. A research has shown that today there are several industries that work on the lines, products and specific treatments for men. Aesthetics professionals are improving in specific treatments aimed at men. Men demand of goods and services is growing, because society demands a better look, but unfortunately the literature on this subject is necessary for the professional beauty invest in more studies are scarce.

**Keywords:**Men.Beautyindustry.Therapy.

## 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.
- BAUMAN, Z. **Modernidade e ambivalência.** Rio de Janeiro: Zahar, 1999.
- BERTOLI, Lilian. **Estética.** 1ªEdição. São Paulo: Editora Martinari, 2015.
- CAVALHEIRO, C.M.;FERREIRA,A.S.;ASSUNÇÃO,F.F.;**O Uso da Eletrolipolise no tratamento da adiposidade localizada.**Ribeirão Preto:Universidade de Ribeirão Preto-UNAERP,2012.
- Diário do Comércio e Indústria. **Clínicas faturam com a vaidade masculina.** 2005.Disponível em: <<http://www.dci.com.br>>.
- JORNAL DA GLOBO ON LINE. **Feiúra zero.** Em: Jornal Globo de Televisão, 2003. Disponível: <<http://redeglobo.globo.com/jornaldaglobo>>.
- MAFFESOLI, Michel. **No fundo das aparências.** Petrópolis: Vozes, 1996.
- MAFFESOLI, Michel. **O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa.** Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2000.
- MAGALHÃES, L.O. **Depilação: Avaliando as concepções científicas e de senso comum de alunos e profissionais.** Brasília. Instituto de Química 2013.
- MARTINEZ, M; RITTES, P. **Beleza sem cirurgia: tudo que você pode fazer para adiar a plástica.** São Paulo: Senac São Paulo, 2004.
- MARTINS, A.; MARTINS, M.; MARTINS, M. **Micropigmentação: A beleza feita com arte.** Ed. livraria medica paulista, 1º edição, 2009.
- 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.
- NAVES, A. P. C.; ASSUNÇÃO, F. F. O. **Epilação Progressiva usando Laser Diodo e Luz intensa pulsada: Uma revisão da Literatura atual.** A REVISTA, 2010
- 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.

PEREIRA, M. F. L. **Curso de estética:Spaterapia**. São Caetano do sul, SP. Ed. Difusão, 1º edição, 2013.

PEREIRA, Patrícia Guimarães, et al. **Vaidade Masculina:novo segmento de mercado para os profissionais da estética** [MONOGRAFIA]. Revista Eletrônica Univale,2008.

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

SOUZA, S. L. G. et al. **Recursos fisioterapêuticos utilizados no tratamento do envelhecimento facial**. Revista FafibeOnline, n. 3, agosto, 2007.

UEBELHOER, N. S.; DOVER, J. S. **Photodynamictherapy for cosmeticapplications**. DermatolTher, v. 18, n. 3, p. 242-52, 2005.

VIGARELLO, G. **A história da beleza: O corpo e a arte de se embelezar, dorenascimento aos dias de hoje**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2006.