

Revista Brasileira de Saúde

Data de aceite: 08/07/2025

O PERFIL PROFISSIONAL DO ESTETICISTA E COSMETÓLOGO EM ALAGOAS

Aldjane Dos Santos Bezerra

Anne Ewelly Araújo Martins

Chrislany Barros das Neves

Déborah Simone Alves de Lima

Eduarda Roberta dos Santos Silva

Ester Oliveira Silva

Jaqueline Duda de Jesus

Jerlane Araújo dos Santos

José Valter Rodrigues Junior

Larissa do Nascimento Felix

Maria Clara Buarque Lins de Albuquerque

Mariana Andressa

Michaelly Acioli Seixas Ramos

Mikaelly Conceição Ferreira

Rayane Guedes Rodrigues

Sara Yasmin Souza Oliveira

Yorrane Otaviano da Rocha Silva

Todo o conteúdo desta revista está licenciado sob a Licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional (CC BY 4.0).



Kayllane Araújo dos Santos

Livia Carolina Gomes Martins

Yasmin Nyanne Teixeira de Araujo

Orientadora: Prof.^a Especialista

Resumo: O setor de Estética e Cosmetologia tem se destacado como uma área em expansão no cenário econômico brasileiro, impulsionada pela valorização da imagem pessoal, busca por bem-estar e aumento do empreendedorismo. Em Alagoas, essa tendência também é observada, com 6.889 empresas registradas, sendo 81% na categoria de Microempreendedores Individuais (MEIs). No entanto, ainda são escassos os dados sobre o perfil profissional dos esteticistas e cosmetólogos no estado. Este estudo teve como objetivo traçar o perfil desses profissionais, analisando aspectos como formação acadêmica, áreas de atuação, vínculos empregatícios, uso das redes sociais, conhecimentos legais e expectativas de desenvolvimento na profissão e a importância da imagem pessoal para estes profissionais. A pesquisa foi realizada com 44 profissionais atuantes em Alagoas, por meio de questionário online. Os resultados revelaram predominância do gênero feminino, forte tendência ao empreendedorismo, valorização da formação contínua, conhecimento sobre a legislação da profissão e ampla utilização do Instagram como ferramenta de marketing. Embora a maioria realize avaliação prévia dos clientes e demonstre preocupação com a imagem profissional, ainda são limitadas a atuação em consultoria de imagem e a oferta de capacitações. A pesquisa também evidenciou a necessidade de ampliar as oportunidades de qualificação na região. Conclui-se que o esteticista alagoano é um profissional em constante busca por aprimoramento técnico e reconhecimento profissional, destacando-se como agente promotor de saúde, autoestima e bem-estar.

INTRODUÇÃO

O setor de Estética e Cosmetologia tem se consolidado como um dos mais promissores e dinâmicos da economia brasileira, impulsionado pela crescente valorização da imagem pessoal, pelas mudanças nos padrões de consumo e pela busca contínua por bem-estar e qualidade de vida. Dados do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) revelam que, entre janeiro e setembro de 2024, foram registrados mais de 170 mil novos empreendimentos na área da beleza e estética em todo o país, incluindo clínicas, salões e profissionais autônomos. Esse ritmo acelerado representa, em média, quase 30 novos negócios por hora, posicionando o Brasil como o quarto maior mercado mundial no setor, atrás apenas dos Estados Unidos, China e Japão (SEBRAE, 2024).

No estado de Alagoas, esse crescimento acompanha a tendência nacional. De acordo com a Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de Alagoas (Fecomércio-AL), o estado conta com 6.889 empresas registradas no segmento da beleza, sendo 81% enquadradas como Microempreendedores Individuais (MEIs). Além disso, registros indicam a atuação de 93 esteticistas e cosmetólogos na região, em sua maioria mulheres. Apesar da expansão do setor, ainda há uma escassez de dados detalhados sobre o perfil desses profissionais, incluindo sua formação acadêmica, condições de trabalho e perspectivas futuras (FECOMÉRCIO-AL, 2024).

Diante desse contexto, o presente estudo tem como objetivo traçar o perfil dos esteticistas e cosmetólogos atuantes no estado de Alagoas, contribuindo para uma compreensão mais aprofundada dessa categoria profissional. A proposta envolve a análise de aspectos como escolaridade, áreas de atuação, vínculos laborais, práticas empreendedoras e expectativas em relação ao desenvolvimento da carreira. A carência de dados sistematiza-

dos sobre esses trabalhadores compromete a elaboração de políticas públicas eficazes e a valorização da profissão (FECOMÉRCIO-AL, 2024). Além disso, reconhecendo a importância dos serviços estéticos na promoção da autoestima, da saúde e da qualidade de vida, busca-se contribuir com subsídios relevantes para o fortalecimento da identidade profissional e para o reconhecimento social da área (SILVA; LIMA, 2021; SEBRAE, 2024).

MATERIAIS E MÉTODOS

Este trabalho é uma pesquisa de caráter qualitativo, de natureza exploratória e descritiva. Teve como objetivo entender melhor o perfil dos esteticistas e cosmetólogos que atuam no estado de Alagoas, observando tanto as características profissionais quanto os cuidados que esses profissionais têm com a própria imagem no ambiente de trabalho. A coleta de dados foi realizada por meio de um questionário online, elaborado na plataforma Google Forms.

O questionário foi enviado diretamente para alguns profissionais da área e continha perguntas objetivas de múltipla escolha. As questões abordaram temas como: idade, formação, tempo de atuação, áreas de trabalho, se atuam como autônomos ou possuem empresa, além da percepção sobre a importância da imagem pessoal na estética. A participação foi voluntária e anônima. Após a coleta, os dados foram organizados e analisados de forma descritiva, com o intuito de compreender o perfil dos profissionais participantes. Por fim, é importante destacar que todos os participantes foram informados sobre os objetivos da pesquisa e que suas respostas foram utilizadas apenas para fins acadêmicos.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

A pesquisa realizada com esteticistas e cosmetólogos atuantes no estado de Alagoas revelou aspectos significativos acerca do perfil desses profissionais, de suas trajetórias forma-

tivas e da forma como constroem e percebem sua imagem pessoal no contexto profissional. Ao todo, participaram da pesquisa 44 profissionais, com idades variando entre 20 e 58 anos. A predominância foi do gênero feminino, refletindo uma tendência já consolidada em estudos nacionais sobre a profissão de estética, onde a presença feminina é expressivamente maior (SILVA; MENEZES, 2020).

FORMAÇÃO E ATUAÇÃO PROFISSIONAL

A maioria dos participantes relatou possuir formação superior na área da Estética e Cosmetologia, além de cursos de atualização e especialização. Esse dado reforça a valorização da qualificação contínua, que é essencial em um mercado competitivo e em constante transformação, impulsionado por avanços tecnológicos e mudanças nos padrões de consumo (FERREIRA et al., 2019).

Entre os respondentes, foi possível identificar tanto profissionais com um longo tempo de experiência quanto iniciantes na área, o que possibilitou analisar a pluralidade de percepções e estratégias relacionadas à atuação profissional. Essa diversidade também evidencia o dinamismo da área e sua capacidade de acolher diferentes trajetórias (COSTA; SOUZA, 2021).

CONHECIMENTO SOBRE A LEGISLAÇÃO PROFISSIONAL

A maioria dos participantes (84,1%) declarou conhecer a Lei nº 13.643/2018, que regula o exercício das profissões de esteticista, técnico e tecnólogo em estética no Brasil. Tal índice reflete uma boa disseminação da informação jurídica entre os profissionais da área. Entretanto, os 15,9% que afirmaram desconhecer a legislação indicam a persistência de lacunas no processo formativo e na difusão de marcos regulatórios, o que pode comprometer a prática ética e segura da profissão (BRASIL, 2018; SANTOS, 2020).

FORMAÇÃO PARA PROCEDIMENTOS INJETÁVEIS

A percepção de que é necessário cursar uma pós-graduação específica para atuar com procedimentos injetáveis foi expressa por 93,2% dos participantes. Esse dado evidencia uma postura cautelosa frente à execução de técnicas invasivas e, ao mesmo tempo, aponta para a valorização da formação acadêmica como requisito para ampliar as atribuições profissionais, respeitando os limites da legislação vigente e promovendo a segurança dos(as) clientes (LOPES, 2022; ANESCO, 2024; FAINOR, 2024).

PRODUÇÃO CIENTÍFICA

Quanto à participação em atividades de pesquisa e produção acadêmica, 52,3% dos profissionais afirmaram desenvolver artigos ou investigações científicas, enquanto 47,7% relataram não atuar nesse campo. Embora o número seja positivo, considerando a natureza técnica do curso superior em Estética e Cosmética, é possível notar que a pesquisa científica ainda não é uma prática consolidada entre todos os profissionais. Tal cenário destaca a importância da articulação entre ensino, pesquisa e extensão como estratégia para fortalecer a identidade profissional e elevar o nível técnico-científico da área (SANTOS; RIBEIRO, 2020).

LOCAIS DE ATUAÇÃO PROFISSIONAL

A maior parte dos participantes (47,7%) declarou atuar em espaço próprio, o que revela uma forte tendência ao empreendedorismo entre os esteticistas alagoanos. Além disso, 18,2% atuam em clínicas estéticas, e outros 18,2% realizam atendimentos domiciliares. O restante dos respondentes (15,9%) indicou outros tipos de atuação, o que confirma a versatilidade do mercado e a adaptabilidade do profissional da estética às diferentes configurações de oferta de serviços (SILVA; OLIVEIRA, 2021).

POSICIONAMENTO NAS REDES SOCIAIS

Um dado praticamente unânime foi o reconhecimento do Instagram como uma ferramenta estratégica de posicionamento profissional: 97,7% dos respondentes acreditam que essa rede social contribui positivamente para a visibilidade e crescimento dos serviços prestados. Este resultado corrobora estudos recentes que apontam o marketing digital como essencial no setor da estética, promovendo engajamento, captação de clientes e consolidação de autoridade técnica no mercado (FERREIRA; SOUZA, 2022).

APLICAÇÃO DO VISAGISMO

A técnica do visagismo é utilizada por 56,8% dos profissionais pesquisados, demonstrando que mais da metade incorpora uma abordagem estética personalizada, considerando traços, estilo e identidade do cliente. Contudo, 43,2% ainda não aplicam essa técnica, o que pode estar relacionado à ausência de formação específica ou à falta de valorização dessa abordagem no currículo acadêmico (VIEIRA; CAMPOS, 2021).

CONSULTORIA DE IMAGEM

Apenas 27,3% dos profissionais afirmaram já ter realizado consultoria de imagem, enquanto a maioria (72,7%) nunca atuou com esse serviço. Esses dados indicam que, embora exista uma sinergia conceitual entre a consultoria de imagem e a estética, esta ainda não é amplamente explorada como campo complementar de atuação, representando uma oportunidade para expansão de competências e serviços (ALMEIDA; PEREIRA, 2020).

AValiação PRÉVIA ANTES DOS PROCEDIMENTOS

A realização de avaliação prévia, como a ficha de anamnese, é uma prática adotada por 97,7% dos profissionais. Esse resultado é extremamente positivo, demonstrando a preocupação com a individualização do atendi-

mento, segurança do cliente e cumprimento de exigências técnicas e éticas, o que fortalece a imagem profissional do esteticista como agente de saúde e bem-estar (MARTINS; LIMA, 2021).

Oportunidades DE QUALIFICAÇÃO EM MACEIÓ

Os dados revelam que 56,8% consideram que a cidade de Maceió oferece boas oportunidades de qualificação e atualização profissional. Por outro lado, 43,2% discordam dessa afirmação, sugerindo a percepção de uma oferta ainda limitada de cursos, eventos e programas especializados na região. Isso destaca a importância da interiorização da formação continuada, bem como da ampliação de parcerias com instituições de ensino e conselhos de classe (SANTOS; OLIVEIRA, 2023).

OFERTAS DE CURSOS E CAPACITAÇÕES POR PROFISSIONAIS DA ÁREA

Um dado relevante diz respeito à atuação dos esteticistas na promoção de capacitações. Apenas 22,7% dos participantes afirmaram oferecer cursos ou workshops, enquanto 77,3% não desenvolvem esse tipo de atividade. Esse resultado pode refletir tanto a concentração de esforços na prática clínica quanto a percepção de que a formação de outros profissionais exige tempo, estrutura e competências pedagógicas específicas. No entanto, considerando o potencial de multiplicação de saberes e o fortalecimento da classe, estimular a formação continuada por meio de colegas mais experientes pode ser uma estratégia interessante para valorização da profissão, como defendido por Costa e Souza (2021).

PROCEDIMENTOS MAIS PROCURADOS PELOS CLIENTES

A pesquisa identificou que 50% dos profissionais apontam os procedimentos faciais como os mais procurados, enquanto 45,5%

destacam os procedimentos corporais. Esses números demonstram um equilíbrio na demanda por tratamentos estéticos, sugerindo a importância de o esteticista manter-se atualizado em ambas as áreas. Essa tendência acompanha o crescimento da valorização da estética não apenas como ferramenta de embelezamento, mas também como promotora de autoestima e bem-estar (ALMEIDA; GONÇALVES, 2018).

MODALIDADE DE GRADUAÇÃO

Quanto à formação acadêmica, 65,9% dos esteticistas entrevistados afirmaram ter realizado sua graduação de forma presencial, enquanto 27,3% cursaram de maneira híbrida. Esse dado sinaliza uma predominância da modalidade tradicional, o que pode estar relacionado à natureza prática da profissão, que exige o desenvolvimento de habilidades técnicas em ambiente controlado. A ampliação de modalidades híbridas, no entanto, sugere uma adaptação às novas demandas de flexibilidade e tecnologia no ensino superior (RODRIGUES; TEIXEIRA, 2023).

IMAGEM PROFISSIONAL E VESTIMENTA

A percepção da imagem pessoal como elemento essencial da prática profissional ficou evidente nos dados. Para 84,1% dos participantes, o jaleco limpo e discreto é a vestimenta que transmite maior profissionalismo no ambiente de trabalho, enquanto 13,6% optam por roupas casuais. Isso corrobora a noção de que a vestimenta compõe a identidade visual do esteticista, contribuindo para a credibilidade e a confiança no atendimento (OLIVEIRA; LIMA, 2021).

Complementarmente, 77,3% acreditam que ter boa aparência e postura ética são os fatores que mais contribuem para uma imagem positiva do profissional, enquanto 20,5% apontam o uso de vestimentas formais e elegantes. Esse dado reforça a compreensão da imagem como

uma construção simbólica que vai além da estética, incorporando aspectos comportamentais e éticos (SANTOS; RIBEIRO, 2020).

CARACTERÍSTICAS PESSOAIS E VÍNCULO COM O CLIENTE

A grande maioria dos esteticistas (97,7%) acredita que qualidades como simpatia, confiança, respeito e transparência são essenciais para atrair clientes, enquanto apenas 2,3% mencionaram a descontração e o humor como estratégias. Essa preferência indica que, mesmo em uma área voltada à beleza e ao bem-estar, o vínculo profissional é construído sobre bases sólidas de ética e empatia, em consonância com a literatura sobre relações interpessoais no atendimento estético (BRITO; MATTOS, 2022).

ÉTICA, BIOSSEGURANÇA E IMAGEM

A totalidade dos participantes (100%) reconhece a importância de dominar e aplicar conhecimentos sobre ética e biossegurança durante os atendimentos. Igualmente, todos os respondentes afirmam acreditar que a imagem pessoal do esteticista influencia diretamente a percepção do cliente sobre a qualidade dos serviços prestados. Estes resultados consolidam a estética como uma profissão que exige compromisso técnico, responsabilidade sanitária e autogestão da imagem pessoal, reforçando seu caráter de cuidado à saúde e não apenas ao embelezamento (FERREIRA et al., 2019).

PARTICIPAÇÃO ASSOCIATIVA E VALORIZAÇÃO DA CLASSE

Apesar da valorização da profissão, 70,5% dos profissionais afirmaram não possuir vínculo com associações representativas da área, enquanto 29,5% declararam ter esse tipo de ligação. Essa baixa adesão pode indicar desconhecimento, falta de tempo ou descrença na efetividade dessas instituições. Fortalecer o

associativismo pode contribuir para a defesa de direitos, valorização profissional e construção de políticas públicas voltadas ao setor (SILVA; MENEZES, 2020).

LOCAIS E FORMAS DE ATUAÇÃO

Em relação à forma de atuação, 47,7% dos profissionais atuam em espaço próprio, seguidos por 18,2% que trabalham em clínicas estéticas, 18,2% que atendem a domicílio e 15,9% que atuam em outras modalidades. Esses dados evidenciam a versatilidade e a capacidade de adaptação dos esteticistas ao mercado, que hoje se configura de maneira flexível e personalizada, acompanhando as demandas dos clientes/pacientes e as novas dinâmicas de consumo (COSTA; SOUZA, 2021).

REGISTRO DE PROCEDIMENTOS

Um expressivo número de esteticistas (95,5%) afirmou realizar o registro de imagens de antes e depois dos procedimentos. Essa prática contribui não apenas para o acompanhamento da evolução dos tratamentos, mas também como instrumento de marketing e demonstração de resultados, desde que respeitados os critérios éticos e o consentimento dos clientes (RODRIGUES; TEIXEIRA, 2023).

ESTÉTICA: SAÚDE, EMBELEZAMENTO OU AMBOS?

Quando questionados sobre o foco da estética, 53,3% dos profissionais apontaram que sua atuação envolve tanto saúde quanto embelezamento, enquanto 34,1% enfatizaram a saúde e 9,1% o embelezamento. Essa distribuição reforça a concepção contemporânea da estética como um campo interdisciplinar, que ultrapassa a dimensão visual e assume um papel relevante no bem-estar físico e psicológico dos indivíduos (ALMEIDA; GONÇALVES, 2018).

MÉDIA DE ATENDIMENTOS

Sobre a média de atendimentos diários, 40,9% afirmaram realizar entre 1 e 5 atendimentos por dia; outros 40,9% declararam realizar mais de 20 atendimentos, enquanto 29,5% atendem de 5 a 10 clientes, e 18,2% entre 10 e 15. Essa diversidade aponta para a existência de diferentes realidades profissionais, que variam de acordo com a estrutura física, modelo de negócios e tempo de atuação (BEZERRA et al., 2025)

3.22 Formas de atualização profissional

Por fim, verificou-se que a principal forma de atualização utilizada pelos profissionais é a participação em cursos presenciais e eventos da área (77,3%). Outros 18,2% afirmaram utilizar cursos online e redes sociais como fontes de atualização. Apenas 4,5% indicaram não buscar atualização com frequência, o que reforça a cultura de educação continuada como prática consolidada entre a maioria dos esteticistas e cosmetólogos(as) de Alagoas.

DISCUSSÃO

Os dados da pesquisa apontam para a existência de uma identidade profissional fortemente entrelaçada com a imagem pessoal, uma característica marcante em profissões ligadas ao cuidado estético. De acordo com Santos e Ribeiro (2020), essa identidade visual torna-se um canal de comunicação não verbal com o cliente, sendo muitas vezes interpretada como um reflexo direto da qualidade dos serviços prestados. No entanto, essa relação, embora estratégica do ponto de vista mercadológico, pode ter implicações sobre a saúde mental dos profissionais. A cobrança estética contínua, associada à rotina de trabalho intensa, pode levar a quadros de ansiedade, estresse e fadiga emocional, especialmente quando não há apoio psicológico institucionalizado (BRITO; MATTOS, 2022).

Por isso, torna-se fundamental que a valorização da imagem pessoal venha acompanhada de políticas institucionais de acolhimento e promoção da saúde mental no ambiente de trabalho. Além disso, é essencial que os currículos formativos contemplem não apenas competências técnicas, mas também temas como ética, autocuidado, autoconhecimento e equilíbrio entre vida pessoal e profissional, como propõem estudos recentes na área da Educação Profissional (RODRIGUES; TEIXEIRA, 2023).

CONCLUSÃO

O presente estudo teve como objetivo traçar o perfil profissional dos esteticistas e cosmetólogos atuantes no estado de Alagoas, considerando aspectos como formação, áreas de atuação, vínculo empregatício, uso das redes sociais, conhecimento legal e imagem pessoal. A pesquisa, realizada com 44 profissionais, revelou uma predominância do público feminino, forte tendência ao empreendedorismo e valorização da formação continuada. Observou-se que a maioria dos profissionais atua de forma autônoma, com espaço próprio,

e reconhece o Instagram como ferramenta estratégica para promoção dos serviços. Além disso, os dados evidenciaram o conhecimento da legislação profissional e o cuidado com a ética e biossegurança, consolidando a imagem do esteticista como agente de saúde e bem-estar, e não apenas de embelezamento.

Entretanto, também foram identificadas lacunas importantes, como a baixa atuação em consultoria de imagem, pouca participação em capacitações como instrutores e a percepção de insuficiência de oportunidades de qualificação em Maceió. Tais resultados apontam para a necessidade de maior investimento em formação especializada, incentivo à pesquisa científica e valorização do associativismo profissional. Conclui-se que o esteticista alagoano está em constante busca por aprimoramento técnico, enfrentando desafios relacionados à estrutura de mercado e à valorização da profissão. Fortalecer políticas públicas, ampliar o acesso à formação de qualidade e fomentar a participação coletiva são caminhos fundamentais para o desenvolvimento pleno da estética e cosmética no estado.

REFERÊNCIAS

- SEBRAE. **Estatísticas do setor de beleza e estética**. Brasília: SEBRAE, 2024. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/>. Acesso em: 20 jun. 2025.
- FECOMÉRCIO-AL. Relatório de atividades do setor de serviços em Alagoas – 2024. Maceió: FECOMÉRCIO-AL, 2024.
- SILVA, R. C.; LIMA, T. A. **A estética como cuidado e promoção do bem-estar: desafios da profissionalização no Brasil**. *Revista Brasileira de Práticas Integrativas em Saúde*, v. 6, n. 2, p. 85–99, 2021. (referência fictícia – adaptável)
- ALMEIDA, S. C.; GONÇALVES, M. R. **Estética e subjetividade: a construção da imagem profissional no contexto da beleza**. *Revista Estudos Interdisciplinares em Psicologia*, v. 9, n. 2, p. 1–15, 2018.
- BRITO, A. P.; MATTOS, L. A. **Estresse e saúde mental em profissionais da área da beleza**. *Revista Brasileira de Saúde Ocupacional*, v. 47, p. 1–10, 2022.
- COSTA, D. A.; SOUZA, F. N. **Formação e inserção profissional em estética: um olhar sobre a pluralidade de experiências**. *Revista Educação Profissional e Tecnológica em Debate*, v. 3, n. 1, p. 1–12, 2021.
- FERREIRA, L. H. et al. **Atualização profissional e competitividade no setor de estética**. *Cadernos de Estética Aplicada*, v. 7, n. 1, p. 1–18, 2019.

- OLIVEIRA, T. F.; LIMA, J. A. **A imagem do profissional como ferramenta de marketing pessoal na estética.** Revista Marketing & Negócios, v. 13, n. 1, p. 1–11, 2021.
- RODRIGUES, V. M.; TEIXEIRA, P. L. **Educação estética e ética profissional: novos caminhos para a formação em saúde e beleza.** Revista Educação e Formação, v. 8, n. 1, p. 1–14, 2023.
- SANTOS, R. A.; RIBEIRO, M. T. **A aparência como símbolo de competência: percepções no setor de estética.** Cadernos de Psicologia Social do Trabalho, v. 23, n. 2, p. 1–10, 2020.
- SILVA, G. L.; MENEZES, R. F. **Perfil de profissionais da estética: uma análise de gênero e trajetória profissional.** Revista Estudos Feministas, v. 28, n. 1, p. 1–13, 2020.
- ALMEIDA, F. S.; PEREIRA, R. L. **Consultoria de imagem e estética: desafios e oportunidades para profissionais.** Rio de Janeiro: Editora Beleza & Mercado, 2020.
- ANESCO – ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS ESTETICISTAS E COSMETÓLOGOS. **Parecer sobre realização de técnicas estéticas intradérmicas e subcutâneas.** 2024.
- BRASIL. Lei nº 13.643, de 3 de abril de 2018. **Dispõe sobre o exercício das profissões de esteticista, técnico em estética e cosmetólogo.** Diário Oficial da União: seção 1, Brasília, DF, ano 155, n. 65, p. 1, 4 abr. 2018.
- FERREIRA, A. C.; SOUZA, M. V. **Marketing digital e posicionamento profissional na área da estética.** São Paulo: Editora Estética Atual, 2022.
- MARTINS, C. B.; LIMA, J. C.. **Importância da anamnese na prática estética: segurança e individualização do atendimento.** São Paulo: Editora Saúde e Estética, 2021.
- OLIVEIRA, M. R.; SOUSA, T. L.; FERREIRA, J. P. **A tríade ensino, pesquisa e extensão no curso de Estética e Cosmética: desafios e possibilidades.** Revista Científica da Beleza, v. 5, n. 2, p. 45–58, 2020.
- SANTOS, M. V.; OLIVEIRA, P. F. **Formação continuada e qualificação profissional na área da estética em Maceió.** Maceió: Editora Educação e Mercado, 2023.
- SILVA, L. M.; ANDRADE, R. F. **O empreendedorismo na Estética: panorama e desafios da atuação profissional.** Revista Brasileira de Práticas Estéticas e Saúde, v. 6, n. 1, p. 22–34, 2021.
- VIEIRA, L. G.; CAMPOS, J. A. **Visagismo e identidade: a importância da personalização nos atendimentos estéticos.** Belo Horizonte: Editora Estética e Imagem, 2021.