

A EVOLUÇÃO DA MAQUIAGEM NO JAPÃO: Do tradicional ao contemporâneo¹

THE EVOLUTION OF MAKEUP IN JAPAN: From traditional to contemporary

Yara Izidorio da Silva²; Thais Mencia Mendes da Silva (Orientadora)³; Rosilene Kinue Ito (Coorientadora)⁴

RESUMO

Introdução: No Japão, a maquiagem está muito relacionada com sua cultura e tradição e ao longo da sua história cada sociedade, transforma seus padrões de beleza, então essa relação no Japão com as práticas tradicionais e contemporâneas mostra mudanças históricas, influências externas e normas sociais. **Objetivo:** Pesquisar sobre a evolução da maquiagem no Japão comparando as práticas tradicionais até as contemporâneas, com o propósito de compreender de que forma as influências culturais, econômicas e tecnológicas contribuíram para o desenvolvimento da cosmetologia. **Material e Métodos:** O presente trabalho caracteriza-se como pesquisa bibliográfica e qualitativa, nesse projeto é proposto a entender a evolução da maquiagem no Japão. **Considerações finais:** Os resultados deste estudo mostraram que o desenvolvimento da maquiagem no Japão vai além de aspectos estéticos, refletindo mudanças culturais.

Palavras-chave: Maquiagem japonesa. Identidade cultural. Cosmetologia.

ABSTRACT

Introduction: In Japan, makeup is closely linked to its culture and tradition, and throughout history each society has transformed its beauty standards. Therefore, this relationship between traditional and contemporary practices in Japan reveals historical changes, external influences, and social norms. **Objective:** To research the evolution of makeup in Japan, comparing traditional and contemporary practices, with the purpose of understanding how cultural, economic, and technological influences have contributed to the development of cosmetology. **Material and Methods:** This work is characterized as bibliographic and qualitative research. This project aims to understand the evolution of makeup in Japan. **Final Considerations:** The results of this study showed that the development of makeup in Japan goes beyond aesthetic aspects, reflecting cultural changes.

Keywords: Japanese makeup. Cultural identity. Cosmetology.

¹Artigo apresentado como requisito parcial do Trabalho de Graduação, no Curso Superior de Tecnologia em Cosméticos, da Faculdade de Tecnologia de Diadema Luigi Papaiz.

²Graduanda do Curso de Tecnologia em Cosméticos, da Faculdade de Tecnologia de Diadema Luigi Papaiz. (yara.silva9@fatec.sp.gov.br)

³Professora mestra. Docente da Faculdade de Tecnologia de Diadema Luigi Papaiz. Contato (thais.silva01@cps.sp.gov.br)

⁴Professora mestra. Docente da Faculdade de Tecnologia de Diadema Luigi Papaiz. Contato (rosilene.ito@cps.sp.gov.br)

1. INTRODUÇÃO

A maquiagem tem um papel importante na identidade, na expressão visual, aumentando a autoestima e a confiança e, principalmente, edificando a estética ao longo da história. Segundo Oneda (2008), na atualidade, a importância de construir uma boa imagem pessoal é fundamental para uma melhor valorização do indivíduo no mercado de trabalho e no convívio social, e isso ocorre principalmente quando se aborda a maquiagem e a importância de como isso pode influenciar nossa vida pessoal e social.

Toda cultura tem seus estilos, padrões, valores, crenças, e com a maquiagem não é diferente, em todos os lugares do mundo tem seus significados com a maquiagem, sendo por estética, status, ato de expressão e etc. Cada cultura tem suas próprias evoluções com seus estilos e significados para o uso da maquiagem de acordo com o tempo e os costumes. Conforme Lossio (2007), a cultura pode ser abrangida como um símbolo criado e usado por uma comunidade para se organizar, facilitar a comunicação e interação social e orientar os mesmos pensamentos coletivos. Deste modo, mesmo que os sistemas e símbolos demonstrem padrão, as culturas preservam-se como forma de expressar suas crenças e afirmar sua identidade cultural e costumes. Dessa forma, se torna essencial compreender as representações sociais desse universo social.

Ao longo dos séculos, a maquiagem é acompanhada de histórias desde os tempos mais antigos até hoje na atualidade, durante os séculos o uso de cores, pigmentos, técnicas, estilos e tendências impactou nos valores, crenças e mudanças culturais. Desde suas origens em civilizações antigas, como os povos egípcios e romanos, que empregavam pigmentos naturais e minerais na criação de cosméticos simples, até os métodos avançados e formulações sofisticadas da era moderna, demonstrando o quanto a história da maquiagem está intimamente ligada aos avanços da química (Simione, 2023, p. 4).

Em várias culturas ao redor do mundo, a maquiagem sempre teve diferentes usos, ajudando a expressar padrões de beleza e a identidade de cada pessoa, no Japão a maquiagem está muito relacionada com sua cultura e tradição, ao longo da sua história o país gerou diversos valores estéticos com a maquiagem. Segundo Lossio (2007), no Japão o uso da maquiagem era comum e frequente, as mulheres que passavam por um longo processo de aprendizado e formação para serem

chamadas de gueixas, pintavam suas peles de branco juntamente com uma bochecha um pouco rosada, sobancelhas bem marcadas e finas e os lábios vermelhos.

A maquiagem mostrava muito sobre seus costumes e a forma de beleza da época, reforçando sua relação com o status social de antigamente, mostrando como antigamente eram as “tendências”, com rostos extremamente brancos e lábios vermelhos, até as tendências de hoje que mostra como a tendência do passado inspira a influência de hoje no país e no mundo. Na área de Cosmetologia, estudar maquiagem é fundamental para entender como cultura, estética e criação de produtos cosméticos estão ligados, cada sociedade, povo e nação cria e transforma suas tendências e padrões de beleza e também como vão expressá-los, isso influencia nas suas formulações, mercado e cores, assim, analisar a maquiagem em áreas diferentes do mundo possibilita explorar a compreensão sobre a maneira de como a beleza se desenvolve ao longo do tempo e permite que tenhamos o entendimento de diversas culturas nas suas épocas e sociedades. Diante disso, o estudo desse trabalho tem como objetivo entender como a maquiagem evoluiu no Japão, comparando as práticas, os produtos e as tendências de beleza que marcaram diferentes épocas ao longo da história.

2. MATERIAL E MÉTODOS

O presente trabalho caracteriza-se como pesquisa bibliográfica e qualitativa, o projeto é proposto a entender a evolução da maquiagem no Japão, desde suas práticas tradicionais e também seus conhecimentos da sua cultura, até o contemporâneo juntamente com a comparação breve com o Brasil. A pesquisa foi desenvolvida com fontes teóricas, históricas e culturais que tratem os costumes japoneses e suas transformações ao longo dos anos.

As informações foram adquiridas por meio de consultas a artigos científicos, livros e fontes digitais confiáveis com destaque no Google Acadêmico e portais de instituições de ensino superior, as figuras utilizadas no presente trabalho foram obtidas de artigos científicos e websites relacionados ao tema, sendo empregadas apenas para fins ilustrativos e acadêmicos. O critério de seleção foi priorizado as informações publicadas entre os anos 2000 e 2025, além de obras relevantes sobre cultura e estética japonesa, os costumes japoneses e a importância cultural ao tema proposto.

As informações coletadas foram organizadas de forma cronológica e temática, permitindo identificar as principais mudanças nos estilos, nos materiais usados e nos significados à maquiagem em cada época. Essa análise auxiliou a justificação teórica do estudo e servirá de base para a discussão sobre a influência cultural e estética da maquiagem japonesa contemporânea.

Por fim, o desenvolvimento do estudo seguiu as etapas de levantamento bibliográfico, garantindo uma base sólida e consistente para a compreensão do tema proposto.

3. DESENVOLVIMENTO

3.1. A maquiagem como expressão cultural

A maquiagem ao longo da história tem vários significados, ela atua como forma de identidade de várias culturas e até como uma terapia para muitas mulheres. A palavra maquiagem deriva da palavra francesa “maquillage” que tem como significado “pintar o rosto” (Souza, 2019).

Em diferentes sociedades ela pode ser relacionada como identidade, papéis sociais e também a valores simbólicos, nesse contexto a maquiagem não apenas modifica a aparência, mas também comunica pertencimento, status e ideologias, a maquiagem também está relacionada à autoestima. De acordo com Nogueira (2021), considera-se que em várias ocasiões a autoestima está ligada à sensação de aceitação social, fazer parte de um específico grupo e ela declara que essa necessidade de pertencimento e a ausência de autoestima têm um impacto direto no consumo excessivo e impulsivo de produtos cosméticos, muitas vezes semelhantes entre pessoas do mesmo grupo.

No Japão, a maquiagem está relacionada principalmente à sua cultura e estética, mesmo no contemporâneo as práticas tradicionais são muito fortes e não só na maquiagem, mas sim em toda a sua cultura e tecnologia do seu país, tendo como exemplo o teatro Kabuki, que era uma prática em que os homens se vestiam como mulheres e como atores e intérpretes para atuar em teatros na Era Edo (1603–1868). Nessa época as mulheres eram restritas e proibidas de participar nesses teatros e em diversas atividades na sociedade. No teatro Kabuki, os homens que atuavam eram chamados de *onnagata*, um termo usado para descrever atores masculinos interpretando os papéis femininos na época, e nessa época os homens também

usavam maquiagens femininas, como a tinta branca no rosto, para as suas interpretações no teatro (Prado, 2023).

No Japão, o uso de maquiagem por homens é visto de maneira mais normalizada e faz parte do cotidiano e da cultura da beleza, sendo utilizado tanto no dia a dia quanto em eventos e na indústria do entretenimento, diferentemente do Brasil, onde a maquiagem masculina ainda enfrenta maior resistência social e costuma ser mais associada a ocasiões específicas. No contexto japonês, ela é frequentemente utilizada como forma de cuidado pessoal, expressão estética e valorização da aparência (Piacitelli, 2021). Portanto essa relação no Japão entre estética e cultura fica ainda mais clara quando práticas tradicionais e contemporâneas espelham mudanças históricas, influências externas e normas sociais específicas.

3.2. Era Edo (1603-1868)

Durante a Era Edo, que foi caracterizada pelo governo do xogunato Tokugawa, houve uma época de significativa estabilidade política, econômica e cultural no Japão, nesse período a sociedade japonesa tinha uma estrutura hierárquica clara na qual os costumes, a arte e os padrões estéticos eram essenciais para a organização social, nesse cenário a valorização da aparência e da estética se tornou um fator importante, refletindo tanto os padrões de beleza quanto os elementos culturais e simbólicos, fora desse sistema de quatro classes, as mulheres eram frequentemente marginalizadas.

Os papéis delas eram determinados pela classe social de suas famílias, geralmente contribuindo para o sustento familiar ou preservando a ordem social, nessa época foi caracterizada por um notável crescimento econômico, que resultou em uma cultura que destacava os valores e a estética tradicionais do Japão, durante o período Edo, os padrões de beleza valorizavam a elegância e a sofisticação, servindo frequentemente como um meio para as elites exibirem seu status social e identidade. Os valores culturais tradicionais eram simbolizados pelos ideais de graça, modéstia e refinamento, além disso a aparência de um indivíduo, como vestuário, estilo de cabelo e maquiagem, era um sinal fundamental de sua identidade, função e status na hierarquia social (Lim, 2025).

No Japão tradicional era muito comum o uso de *oshiroi*, *beni* e *ohaguro* que eram estilos de práticas tradicionais da época muito usado pelas gueixas, nos teatros como

o kabuki, embora possuíssem finalidades distintas, essas práticas apresentavam significados culturais semelhantes.

3.2.1. Oshiroi (白粉)

No Japão, durante a Era Edo existia um termo chamado Rice-Cake skin (mochi hada), que era uma expressão admirada pelos japoneses para tratar de mulheres com uma “pele de pêssego”, para determinar que o rosto da mulher era macio, suave e branco, como um bolo de arroz, relacionado ao provérbio japonês que fala “o branco esconde sete defeitos” (Iro no shiroi wa shichi nan kakusu) (Cherry, 1987).

Desse modo, as mulheres japonesas começaram a usar pó branco no rosto e no corpo, que é chamado de *oshiroi* (“o branco honroso”) como na figura 1. O primeiro pó branco era feito de farinha de arroz e terra, que depois foi substituído por um pó à base de chumbo que era importado da China no século XIX (Cherry, 1987). Em 1870, foi descoberto que o chumbo era tóxico e então foi desenvolvida uma versão sem chumbo para ser substituída, era uma camada bem espessa em todo o rosto e pescoço que só mostrava um desenho pontiagudo que ficava à mostra da nuca, que permitia vislumbrar a pele sem nenhuma maquiagem (Cherry, 1987).

Figura 1 - Uma cortesã aplicando meticulosamente pó facial com um pincel.



Fonte: EDO-G (2016).

3.2.2. Beni (紅)

O *beni* é um corante vermelho tradicional japonês extraído do cártamo (*Carthamus tinctorius*), que também é conhecido como açafrão, que é usado para tingir os kimonos tradicionais japoneses, mas que também é bastante utilizado na indústria cosmética (Souza, 2025).

O *beni* na Era Edo e na Era Heian (794–1185) era muito caro, então só realmente as nobres usavam em muita quantidade, para as mulheres de classe baixa era usado em pouca quantidade. De acordo com o Yoshikawa (2021), os japoneses da Era Edo consideravam mulheres de lábios pequenos mais atraentes e elegantes, enquanto lábios grossos ou grandes eram considerados deselegantes como mostra a figura 2. O cártamo usado tinha uma quantidade pequena do pigmento vermelho para a criação desse batom usado, então na Era Heian ele era chamado de pigmento vermelho do cártamo, que era equivalente a ouro na época. Como os lábios pequenos eram mais valorizados na época, era aplicado em pequena quantidade e só no centro do lábio com o objetivo de proporcionar a aparência de lábios menores.

Figura 2 - Uma mulher com os lábios vermelho-azulados escuros, durante a Era Edo



Fonte: Adaptado de Yoshikawa (2021)

As revistas publicadas na Era Edo, como os folhetos de maquiagem feminina, serviam para que as mulheres desenvolvessem maneiras de cuidar da pele, como arrumar o cabelo e comportamentos mais elegantes, assim como também era explicado que o *beni* poderia ser aplicado nas pálpebras para dar a impressão de que os olhos parecessem menores.

3.2.3. Ohaguro (お歯黒)

Ohaguro (dentes pretos) é uma tradição milenar que permaneceu no Japão até o final da Era Meiji (1868–1912), que envolvia o escurecimento dos dentes com uma solução preta à base de ferro, chás e outros ingredientes. O hábito não só tinha um valor estético, mas também contribuía para a saúde bucal, protegendo o esmalte dentário e prevenindo cáries (Pereira, 2021).

No período Tokugawa, o *ohaguro* era associado a meninas entrando na puberdade, assim como passou a simbolizar quando a mulher de classe privilegiada estava casada entre as mulheres plebeias, também era comum o enegrecimento dos dentes em cortesãs e gueixas (Marr, 2015). As mulheres da época usavam um pó que tinha a combinação de fushi powder, feito de nozes da árvore sumagre japonesa, juntamente com o tessho (suco de ferro), que era feito aquecendo os pedaços de ferro e mergulhados em uma mistura de chá, vinagre e vinho de arroz.

As pessoas no período Edo consideravam o preto uma cor que não se misturava com outras, de modo que as mulheres casadas tinham que aplicar *ohaguro* nos dentes como símbolo de sua virtude para seus maridos. Além disso, como mencionado anteriormente, as mulheres que tinham filhos tinham que raspar as sobrancelhas. Essas características da maquiagem preta foram proibidas e não permanecem mais na cultura de maquiagem japonesa, mas a maquiagem preta do período Edo é considerada o único estilo exclusivamente japonês (Yoshikawa, 2021).

Essa técnica de escurecimento dos dentes não possui uma explicação completamente definida, mas de maneira evidente conforme apresentado na figura 3 era muito usada pelas gueixas, mulheres casadas, samurais e aristocratas. A tinta preta, que era uma mistura de saquê com vinagre, unhas quebradas e a água que era usada para lavar o arroz, servia para extrair o acetato de ferro. Assim como também era usado o sumagre chinês (*Rhus chinensis*) ou outras plantas para fazer essa tinta escura, também era usada como segunda opção, um produto chamado *fushinoko*, que era um pó feito de galhas secas e outros ingredientes (González, 2024).

Figura 3 - Mulher com os dentes pretos e sobrancelha raspada



Fonte: Yamamura (2017).

Depois de dois meses após a restauração da Era Meiji, a imperatriz anunciou que “Daqui em diante seus dentes e sobrancelhas seriam permitidos permanecer como a natureza os formou” (Marr, 2015). Com isso um decreto oficial do governo japonês em 1870 proibiu a prática *ohaguro*, a tinta nos dentes, o escurecimento dos dentes começou a desaparecer gradualmente dos costumes das mulheres no final do período Meiji.

3.3. Gueixa

De acordo com Pradt e Kawashima (2001), as gueixas eram mulheres profissionais habilidosas nas artes cênicas, que também praticavam relações sexuais com seus clientes. Elas eram artistas extremamente femininas e graciosas e eram chamadas de “uma encarnação divina”.

Elas se referiam como “cortesãs”, foram muito famosas no período Edo quando eram reconhecidas por suas habilidades com danças, músicas e maquiagem e não era diferente no modo como se apresentavam esteticamente, pele branca, lábios vermelhos e dentes escurecidos. Eram artistas que possuíam várias habilidades para entreter, sendo expressões de uma cultura da relação de cada grupo com sua trajetória histórica, identidade e ancestralidade (Pinheiro, 2016).

Antigamente, o pó de arroz era usado para clarear a pele, embora também fosse comum o uso de uma tinta à base de chumbo misturada com água, chamada de *oshiroi*, ao longo do tempo, especialmente após o término da Segunda Guerra Mundial, a visão sobre as gueixas passou por mudanças, principalmente no imaginário ocidental, com interpretações que frequentemente as associavam de forma

equivocada, assim, sua imagem tradicional está ligada à elegância, destreza artística e ao uso refinado de roupas e técnicas de maquiagem segundo a figura 4.

Figura 4 - Ilustração de uma gueixa com sua maquiagem



Fonte: Oliveira (2010).

No Japão, a gueixa é um dos símbolos de sua cultura e a maquiagem ainda hoje tem grande importância, a maquiagem da gueixa é feita com produtos apropriados para os traços, cores, tons e linhas, e até mesmo sua execução carrega significados, as técnicas do processo são baseadas em conhecimento e são usadas de acordo com o grau de experiência, quando aprendiz a maquiagem é feita de forma adequada ao seu nível de habilidade (Simione, 2024).

A gueixa usa maquiagem de forma regular e mantém todo o rosto branco, ela geralmente só utiliza a maquiagem completa quando precisa dançar ou realizar uma performance para clientes.

Quem aplica essa maquiagem na gueixa podem ser a sua “onee-san” (ou irmã mais velha) ou pela “okaa-san” (ou “mãe”), de sua casa de gueixas. Sua aplicação é feita com muito cuidado, pois, ao cometer um erro, o aprendiz que está a maquiar seria obrigado a limpar tudo e começar novamente. O tempo de duração dessa maquiagem pode ser de até duas horas. A “maiko” usa um pó branco que cobre o rosto, pescoço e peito, com duas ou três áreas sem estar brancas (formando uma forma de W ou V, geralmente uma tradicional forma de W) deixados na nuca, para acentuar uma área tradicionalmente erótica, e uma linha de pele nua em todo o couro cabeludo, o que cria a ilusão de uma máscara. Suas bochechas são acentuadas de pó rosa escuro, e os olhos são pintados de acordo com a idade (vermelho para as mais jovens e vai mudando de preto com a mistura de cores). Como descrição deste processo, começa-se com a aplicação “bintsuke-abura” para o rosto e a região superior do peito, aplicando a maquiagem em toda esta área. Esta cera não só ajudará a aderir a pele, mas também irá impedir que a maquiagem caia em seu quimono, o que seria um erro muito ruim. Logo, irá misturar o pó branco com água para fazer a massa, que é o que dá o aspecto mais visual da sua maquiagem. Este pó foi feito originalmente com chumbo, que era venenoso para a pele e resultava em pontos amarelos (Pinheiro, 2016).

3.4. Teatro Kabuki

O teatro kabuki é um teatro popular de origem japonesa, nascido no fim do século XVI na cidade de Kyoto, desde suas origens até a contemporaneidade, destaca-se que, apesar das mudanças o papel do ator, o toque de transgressão e a inovação constante permanecem como características essenciais, era composto por atores femininos, masculinos e outras representações corporais, era um teatro técnico decorado com trajes grandiosos e maquiagens elaboradas, com metamorfoses dos corpos em animais, flores e figuras de super-heróis, além de ser dramático, contendo atuações simples e diálogos profundos de indivíduos comuns da cidade.

No ano de 1543, no teatro kabuki a sacerdotisa Okuni começou a fazer apresentações vestida como homem, ela imitava os homens que paqueravam as mulheres nas casas de chá e com isso as mulheres começaram a interpretar esses papéis no teatro (Caetano, 2024).

Segundo Caetano (2024), além de ser uma apresentação sobre histórias tradicionais japonesas, também era uma forma de prostituição, já que as mulheres que se apresentavam chamavam a atenção de homens que possuíam certos interesses. Em 1629, o governo bakufu proibiu que as mulheres fizessem parte do teatro kabuki no Japão (Vieira, 2025).

Com isso, os papéis femininos e infantis passaram a ser interpretados por homens, esses atores treinavam a sutileza feminina para atuar como personagens femininas no teatro, criando assim uma forma de arte que, mesmo surgindo a partir de uma proibição, ainda é um símbolo de resistência e até hoje é lembrada.

No teatro kabuki, era muito utilizado o *kumadori* (隈取), que são maquiagens dramáticas e simbólicas, com o rosto branco eram aplicados desenhos nas cores principais, o vermelho que representa virtude, justiça e coragem, o azul com preto, que simboliza vilania, crueldade e até fantasmas, o roxo que indica nobreza, e o verde, que representa criaturas sobrenaturais como demonstrado na Figura 5 (Augusto, 2025).

Figura 5 - Representação do General Akechi Mitsuhide no teatro Kabuki



Fonte: Yoshitoshi (1876).

Da mesma forma, a maquiagem cultural também pode igualmente refletir as técnicas de beleza de períodos anteriores como na década de 50, a maquiagem cultural também refletia as tendências estéticas do período, a maquiagem desempenha um papel fundamental na criação da impressão de uma realidade diferente na conferência de autenticidade a uma narrativa é um recurso indispensável na elaboração de histórias e uma componente vital da representação visual de intérpretes e figuras (Pinto, 2020).

3.5. Transição e influência ocidental

Na maioria dos países asiáticos eles focam em ter a pele branca, portanto no Japão não é diferente, no país o entendimento de pele branca mudou devido a Lei de Assuntos farmacêuticos “Pharmaceutical Affairs Law” no final da Era Shōwa (1926–1989) a pele branca começou a se hostilizar para deixar o rosto branco, as empresas de cosméticos desejavam essa ideia da pele clara, o termo “pele branca” era um ponto importante nas propagandas, no entanto essa lei fez com que essa expressão não poderia ser exagerada e então além de dizer “pele branca” as empresas cosméticas passaram a utilizar expressões como “pele mais brilhante”, “obtenha uma pele mais clara” (Yoshikawa, 2021)

De acordo com Yoshikawa (2021), em 1873 que o governo japonês introduziu a política de assuntos médicos e farmacêuticos, e com essa mudança comparar os

anúncios antigos com os recentes conseguimos mostrar essa abordagem nessa mudança de época

Figura 6(esquerda) - Anúncio de creme de limpeza facial

Figura 7 (direita) - Anúncio de creme de limpeza facial



Fonte: Adaptado de Yoshikawa (2021)

Fonte: Adaptado de Yoshikawa (2021)

As figuras 6 e 7 apresentam anúncios de sabonetes faciais fabricados pela Rosette, uma renomada empresa de cosméticos no Japão, reconhecida especialmente por seus cremes de limpeza facial, em 1929 a marca lançou o produto “Leon Face Wash Cream”, na propaganda mais antiga à esquerda, a Rosette enfatizava diretamente a eficácia do produto para clarear a pele, na propaganda mais recente, apresentada à direita, é mencionado que o nome do produto foi modificado em 1951 para "Rosette Face Wash Paste", o anúncio mais recente, anunciado em 2016 em um comercial de TV, emprega a frase “melhora da opacidade da pele” em vez de declarar explicitamente que o produto “embranquece” a pele. Isso se deve ao fato de que a lei farmacêutica japonesa impõe limitações sobre como as empresas de cosméticos podem promover produtos clareadores. Hoje em dia, dizer que um cosmético "deixa a pele branca" é visto como impróprio pois pode dar a impressão falsa de que é possível mudar completamente a cor natural da pele (Yoshikawa, 2021).

De acordo com Sasaki (2023), no período Taisho (1912–1926) as mulheres de cidades pequenas iam para Tóquio (antiga Edo) para procurar emprego na capital,

então começou a perceber que não era mais muito comum se usar maquiagem muito pesada para essas entrevistas e assim o padrão de maquiagem começou a ficar distinto do que conhecíamos.

A ocidentalização e a modernidade começaram a ser uma forte influência para os japoneses, como analisamos os japoneses sempre valorizaram a pele branca desde as práticas mais tradicionais, entretanto quando entramos nos anos 1900 se destacaram o saudável e natural, o país se comparava muito com o ocidente e os produtos americanos eram muito admirados, mas já mantendo o que já era comum no país (Yoshikawa, 2021). Porém de um modo mais moderno, na figura 8 vimos uma propaganda de um produto estilo americano que foi apresentado para os japoneses.

Figura 8 - Anúncio da fundação Kiss Me



Fonte: Adaptado de Yoshikawa (2021)

O produto mostrado na figura 8 é um creme clareador líquido chamado “Kiss Me foundation” que foi publicado em 1954 o qual era muito popular na América, ele mostra que o produto pode ser passado somente com o dedo e vai adquirir uma pele branca, bonita e clara, no Japão os ocidentais passaram a ser seus modelos de pele branca e suave (Yoshikawa, 2021).

No entanto em meados das décadas 1980 e 1990, foi um salto para a moda da época pois o bronzamento começou a fazer sucesso no Japão trazendo uma nova identidade ao padrão da era, a mídia mostrava nos comerciais e revistas modelos com a pele bronzeada, consequentemente o conceito de beleza quanto a modelo teve um grande impacto do público da época. De acordo com a Hu,(2018), a década de 1960 foi a primeira década boa para ter a pele bronzeada e também a tendência do momento.

3.5.1. Gyaru

No Japão, há uma infinidade de tendências de moda e uma delas é o estilo Harajuku, que tem várias subdivisões, como gyaru, lolita e decora, no Japão um estilo que ainda está em alta é o gyaru, a palavra “gyaru” vem do inglês “girls” se significa garotas adolescentes excepcionalmente estilosas (Putri, 2025). Esse estilo serviu para que as meninas adolescentes buscassem seu próprio estilo saindo do padrão japonês.

De acordo com Putri (2025), com a maquiagem elas faziam com que os olhos parecessem maiores como colocando cílios postiços bem volumosos, cabelos loiros descoloridos, sombra branca nos olhos, pele bronzada por tantas vezes com maquiagem ou bronzeamento artificial como pode ser observado na figura 9, por conta da moda gyaru o estilo não transmitia uma impressão positiva na sociedade japonesa, pelo contrário, o estilo tinha uma imagem negativa para os japoneses por se mostrar um desafio às normas sociais.

Figura 9 - Quatro mulheres vestidas e maquiadas no estilo gyaru



Fonte: WSU Voice.

Em 1990 as japonesas adolescentes eram retratadas como recatadas e obedientes, eram treinadas pela a família a ser uma boa esposa e mãe perfeita, mas as adolescentes que eram consideradas como rebeldes, desobedientes e passaram a ser chamadas de gyaru na sociedade japonesa. Reprendidas pelo país conservadores essa nova identidade criticava e desafiava implicitamente as ideias tradicionais de feminilidade refinada (Murai, 2022). Dessa forma, essas adolescentes encontraram uma maneira de romper com os padrões impostos pela sociedade, utilizando a estética e a expressão pessoal como formas de construção de identidade e manifestação individual. Assim, passaram a se expressar de maneira mais autêntica, ao mesmo tempo em que buscavam inserção e reconhecimento dentro dos contextos sociais e culturais de sua época, a maquiagem tornou-se uma das principais

formas de expressão individual, permitindo que essas jovens demonstrassem sua personalidade, estilo e autenticidade por meio da estética.

3.5.2. Kawaii

Segundo Okano (2020), a estética kawaii é fortemente influente e significativa na sociedade japonesa, que incluem três etapas, a tradicional quando o Japão tinha pouca influência ocidental, no período Heian, a segunda durante o período moderno da Era Meiji até o início da Era Taishō (1912 a 1926), período em que começa a receber influências do Ocidente, a terceira como kawaii contemporâneo que surge na década de 1970 e se estende até os dias atuais na Era Reiwa (2019–presente). O termo "kawaii" pode ser encontrado em livros que tratam da vida cotidiana durante a Era Heian, conforme retratado na coleção de escritos *Konjaku Monogatari* (Coletânea de Narrativas do Agora É Passado) e *Makura no Sōshi* (O Livro de Travesseiro) (Carvalho, 2021).

A estética kawaii possui origens antigas na cultura japonesa e já podia ser percebida desde a Era Heian, período retratado nas obras da escritora Sei Shōnagon, como "O Livro de Travesseiro", o livro traz características associadas à delicadeza, juventude e suavidade já eram valorizadas na aparência feminina e no cotidiano da corte japonesa (Okano, 2020). Com o passar do tempo, principalmente durante a Era Meiji, a estética kawaii começou a receber influências ocidentais, tornando-se cada vez mais presente na sociedade japonesa, entretanto foi a partir da década de 1970 que o kawaii passou a se consolidar como um importante fenômeno cultural e de consumo no Japão, influenciando diferentes áreas da moda e da beleza (Carvalho, 2021).

Figura 10 - Garota japonesa no estilo kawaii



Fonte: Freeman (2015).

Na maquiagem, a estética kawaii passou a valorizar uma aparência mais delicada, jovem e natural, destacando elementos como pele clara, blush suave, olhos maiores e traços mais sutis, inspirada em personagens de mangás e animês, essa estética contribuiu para a popularização de produtos de maquiagem voltados para um visual mais “fofo” e inocente, influenciando diretamente o mercado de cosméticos japonês e posteriormente o consumo em outros países (Okano, 2020).

3.5.3. Idols

Com a popularização da cultura kawaii, principalmente após a expansão da televisão no Japão a partir da década de 1950, a imagem das idols passou a influenciar diretamente os ideais de beleza feminina, estabelecendo tendências de maquiagem, penteados e comportamento consideradas “fofas” e desejáveis pelo público. Entre as principais, na figura 11 podemos observar representantes desse padrão estão idols da Era Shōwa, como Matsuda Seiko e Kawai Naoko que representa as gerações mais recentes das Eras Heisei e Reiwa, essas artistas ajudaram a consolidar um modelo de estética kawaii associado à delicadeza, aparência juvenil, maquiagem leve e expressões consideradas femininas e inocentes (Yoshikawa, 2021).

Figura 11 - Idols famosas como Matsuda Seiko (esquerda) e Kawai Naoko (direita)



Fonte: Adaptado de Yoshikawa (2021)

Além das idols japonesas, a influência das idols coreanas também passou a impactar significativamente os padrões de beleza e consumo da cultura kawaii no Japão, grupos de K-pop como TWICE e BLACKPINK ganharam grande popularidade entre o público japonês, especialmente entre mulheres jovens, diferentemente do estilo tradicional das idols japonesas, muitas idols coreanas apresentam uma estética mais sofisticada como mostra na figura 12, marcada por maquiagens mais elaboradas, forte influência da indústria da moda e padrões visuais altamente produzidos

(Yoshikawa, 2021). Dessa forma, a presença do K-pop contribuiu para transformar e diversificar os padrões da estética kawaii no Japão, aproximando a cultura idol japonesa de tendências globais de beleza e influenciando novas formas de expressão feminina dentro da cultura pop contemporânea.

Figura 12 - Idol de Kpop Japonesa Hirai Momo



Fonte: Asian Animals and Characters Wiki.

Segundo Yoshikawa (2021), o termo “idol” começou em 1971 em que o Japão teve um grande crescimento na indústria de jovens estrelas pop que apareciam na tv na época, as idols japonesas possuíam características ligadas à estética kawaii, como aparência e juvenil, rostos arredondados, olhos grandes, nariz pequeno e cabelos escuros com franjas, a maquiagem utilizada por essas idols era leve e suave, buscando transmitir naturalidade, os batons geralmente possuíam tons claros, como rosa, laranja suave e muitas vezes com acabamento brilhante, o foco maior da maquiagem estava nos olhos, utilizando máscara de cílios preta e delineador fino tanto na parte superior quanto inferior dos olhos, criando destaque sem perder o aspecto natural.

3.5.4. Otakus

De acordo com o Workshop de Geografia Cultural (2022), os animes tiveram um impacto significativo na maquiagem e no estilo de vestir da cultura otaku, especialmente por meio da prática do cosplay, os cosplayers se esforçam para replicar com precisão a aparência dos personagens de animes, mangás, filmes e jogos, como, por exemplo na figura 13 que demonstra o uso de roupas detalhadas, perucas coloridas, lentes de contato e maquiagens sofisticadas para se assemelharem às características visuais desses personagens.

Figura 13 - Revista japonesa sobre maquiagem e figurino para cosplay



Fonte: Otaku Mode.

Nesse cenário, a maquiagem desempenha um papel essencial na criação da identidade visual, sendo empregada para realçar olhos maiores, traços delicados e expressões impactantes, características marcantes da estética dos animes japoneses, os eventos Otaku funcionam como locais de socialização nos quais essas pessoas compartilham interesses comuns e demonstram sua paixão pela cultura pop japonesa por meio da estética, do vestuário e da representação de personagens (Workshop De Geografia Cultural, 2022).

3.6. Contemporâneo

No Japão atual, as pessoas podem se tornar formadoras de opinião, independentemente de sua carreira ou status social. Nesse cenário, os padrões de beleza estética se tornaram mais variados (Yoshikawa, 2021). No entanto, a mídia de massa restringe a promoção da diversidade estética japonesa, priorizando apenas algumas representações e alimentando a disseminação de estereótipos, algumas pessoas defendem que a estética japonesa passou por transformações, saindo de padrões tradicionais e incorporando elementos associados à beleza ocidental, especialmente no que diz respeito ao ideal de olhos grandes e pálpebras duplas,

nesse contexto, observa-se que muitas mulheres no Japão contemporâneo buscam esse tipo de aparência, recorrendo ao uso de lentes de contato coloridas, extensões de cílios e fitas adesivas para criar ou evidenciar a dobra da pálpebra, ainda assim, esses ideais estéticos continuam vinculados a normas de beleza historicamente consolidadas (Yoshikawa, 2021).

Embora a influência dos padrões ocidentalizados tenha se intensificado a partir do período Meiji, é importante destacar que revistas femininas dos períodos Taishō e Shōwa, ainda presentes e estudadas atualmente, também contribuíram para a construção e manutenção de determinados estilos e referências estéticas, e a estética *kawaii* é um elemento central nos padrões de beleza do Japão atual, apesar da persistência de muitos ideais tradicionais na sociedade. Como na figura 14 que podemos observar traços como pele clara, cabelos escuros e aparência delicada ainda são altamente valorizados, evidenciando que os padrões estéticos japoneses preservam a influência de conceitos históricos de beleza (Yoshikawa, 2021).

Figura 14 - Atriz Ishihara Satomi em personagens de dramas



Fonte: Adaptado de Yoshikawa (2021)

A mídia que abrange revistas, televisão, redes sociais e a cultura dos ídolos, tem um papel significativo na propagação desses padrões de beleza, por exemplo, as idols japonesas geralmente usam maquiagens leves e naturais para criar uma imagem que remete à inocência, delicadeza e ao conceito de *kawaii*, no Japão atual, várias artistas e mulheres começaram a usar a maquiagem e a moda como meios de expressão pessoal, buscando mais controle sobre sua própria imagem (Yoshikawa, 2021). Esse

movimento evidencia um esforço para expandir os padrões de beleza feminina e confrontar os modelos tradicionais que ainda prevalecem na sociedade japonesa.

3.6.1. Cosméticos japoneses

A empresa japonesa Shiseido de cosméticos, reconhecida como líder de mercado no Japão, atualmente, conta com capital de 64,5 bilhões de ienes, presença global e unidades de pesquisa e desenvolvimento (P&D), além de fábricas instaladas fora do território japonês (Hu, 2018). Nesse estudo de caso da Shiseido podemos ver que Shinzo Fukuhara, filho de Arinobu Fukuhara ex-farmacêutico-chefe da Marinha Imperial Japonesa e também o fundador da empresa, baseava-se em estudos nas diversas áreas além de conhecimento das técnicas de beleza e aplicação de cosméticos e maquiagem, como noções ligadas à saúde, cultura e sociedade que consistiam em estudos de dermatologia, literatura, pintura e desenho ocidentais, moda, canto e etiqueta. Isto foi necessário para expor vasto conhecimento e sofisticação para os consumidores (Hu, 2018).

As empresas do setor de beleza passaram a desenvolver seus produtos com base em suas próprias identidades de marca, considerando as características, necessidades e preferências dos consumidores locais, dessa forma buscaram equilibrar e integrar elementos dos estilos oriental e ocidental em suas formulações, conceitos e estratégias de mercado. De acordo com Hu (2018), as empresas japonesas incluindo a Shiseido, aproveitaram a oportunidade para criar produtos que oferecessem aos consumidores uma aparência parecida com a das atrizes e celebridades ocidentais, nesse contexto, a Shiseido introduziu uma nova linha de maquiagem destinada a replicar esses padrões de beleza, com sugestões que enfatizavam olhos maiores e mais arredondados, além de tonalidades de pele parecidas com as europeias, além disso, a empresa usou modelos mestiças em suas campanhas publicitárias, enfatizando a promoção desses produtos vinculados à estética ocidental.

Apesar da forte influência da ocidentalização, os padrões e práticas de beleza não foram totalmente modificados, já que a expansão dos filmes hollywoodianos aproximou mercados consumidores sem promover uma homogeneização completa (Hu, 2018).

No Japão, as tradições culturais prevaleceram através da Shiseido e outras firmas da indústria, atendendo os consumidores locais que mantiveram a preferência por cosméticos de cuidado facial, com maior inclinação em obter uma pele pálida pelo uso de cosméticos clareadores, desconhecidos por um bom período de tempo no mercado ocidental (Hu, 2018).

A visão dos americanos sobre o Japão, é que era uma nação ainda exótica e bastante tradicional, em contraste com a realidade da cidade moderna de Tóquio que estava emergindo no período Showa, semelhante a metrópoles como Nova Iorque e Paris.

Com pouco tempo para criar estratégias para o novo mercado, o japonês Yoshiharu Fukuhara, neto do fundador viu a chance de planejar e desenvolver produtos que se adequassem melhor às preferências dos clientes internacionais. Como estratégia, decidiu investir em produtos de maquiagem e cuidados com a pele de alto valor, voltados para o público de maior poder aquisitivo, como demonstrado na figura 15 levando em conta ainda o crescimento da classe média global no período pós-guerra, no mercado global, a Shiseido começou a produzir cosméticos parecidos com os de grandes marcas, como a Avon, porém buscando se destacar por meio de um padrão de qualidade superior ao de suas rivais.

Figura 15 - Anúncio da Shiseido Japão, uma loção tecnológica que vai potencializar a luminosidade



Fonte: Shiseido.

De acordo com o Machado, (2021), o Japão apresenta grande destaque no desenvolvimento de cosméticos à base de fontes naturais, concentrando o maior número de depósitos de patentes dentro do grupo analisado, indicando que o país é seguro com a apropriação de seus conhecimentos, estudos mostram que países como Japão, Estados Unidos e França são os principais no ranking mundial no ramo de

cosméticos, o país também investe bilhões na produção de cosméticos e no desenvolvimento de novas tecnologias, como a nanotecnologia, concentrando aproximadamente metade dos investimentos mundiais nesse setor.

No início da década de 1960, estimava-se que 86% das meninas americanas de 14 a 17 anos já usavam batom, 36% usavam rímel e 28% usavam pó facial. No Japão, as mulheres faziam um uso muito maior de cremes para a pele do que de cosméticos coloridos. O mercado japonês de cremes e loções faciais valia US\$ 1,3 bilhão no final da década de 1970, tornando-o o maior do mundo. Em contraste, o mercado americano de cremes faciais valia US\$ 525 milhões, mesmo tendo o dobro da população do Japão (Hu, 2018).

3.7. Influência do Japão no Brasil

A influência da cultura japonesa está diretamente ligada à imigração japonesa ocorrida durante a Era Meiji, período em que o governo japonês incentivou a população a emigrar para outros países, o Brasil tornou-se um dos principais no destinos e atualmente possui a maior comunidade japonesa fora do Japão, A cultura pop japonesa no Brasil começou a se popularizar por meio dos mangás e animês, que passaram a ser exibidos na televisão brasileira a partir da década de 1960, com destaque para Oitavo Homem, nos anos 1990, o sucesso de Cavaleiros do Zodíaco ampliou ainda mais a influência japonesa no país, fortalecendo a popularidade dos animês e o crescimento do mercado de mangás no Brasil (Urbano, 2023)

Conforme o artigo “Matizes do Amarelo: Elementos formadores do imaginário sobre o japonês no Brasil”, de Rogério Dezem (2000), as pesquisas de opinião realizadas naquele período revelavam uma percepção favorável em relação ao Japão e aos japoneses. O povo japonês era regularmente ligado a traços como civilidade, patriotismo, coragem, paciência, comprometimento profissional, disciplina e valorização da estética, além de ser respeitado pela maneira como lidava com a morte.

No Brasil a influência dos países asiáticos tem aumentado também entre os jovens brasileiros que consomem essas culturas nos últimos anos em relação a aspectos como cuidados com a pele, maquiagem, dieta, aprendizado de novos idiomas, preferências por certas atividades como dança e comportamento de modo geral (Piacitelli, 2021).

No Brasil os produtos japoneses de cosméticos que mais são procurados são os protetores solares, cleansing oils, máscaras faciais hidratantes, lip tints, produtos clareadores de pele. De acordo com Rodrigues (2008), ele diz que no Brasil, para

aqueles que demonstram certo descontentamento em relação ao modelo cultural norte-americano, o Japão apresenta-se como uma alternativa atrativa para o consumo de bens culturais, contudo, de maneira paradoxal, muitos desses produtos acabam transmitindo características estéticas e influências associadas à cultura estadunidense, criando a sensação de que, indiretamente, ainda se consome elementos do modelo americano.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os resultados desta pesquisa demonstraram que a evolução da maquiagem no Japão ultrapassa questões estéticas, refletindo transformações culturais, sociais e econômicas ao longo da história e desde práticas tradicionais da Era Edo até as influências contemporâneas da estética kawaii e das idols asiáticas, a maquiagem ao longo da história ultrapassou a estética e se sobressai como uma importante forma de expressão cultural e simbólica.

No Japão, os padrões de beleza do país demonstram que essas mudanças vêm acompanhadas da estética e também com as mudanças da sociedade, preservando tradições ao mesmo tempo que junta elementos das novas tendências. Dessa forma, o estudo permitiu compreender a maquiagem como manifestação cultural relevante para a cosmetologia e para a construção histórica dos padrões de beleza.

5. AGRADECIMENTOS

Agradeço à minha família e ao meu marido pelo apoio, incentivo e compreensão durante toda a realização da minha formação. À orientadora Prof. Me. Thais Mencia Mendes da Silva e à coorientadora Prof. Me. Rosilene Kinue Ito, pela dedicação, paciência e orientação ao longo do desenvolvimento deste trabalho. Ao Prof. Dr. Thierry Vieira dos Santos, que me auxiliou nas aulas de inglês e na formatação ao longo de grande parte do curso, assim como no desenvolvimento deste trabalho. À coordenadora do Curso Superior de Tecnologia em Cosméticos da Faculdade de Tecnologia de Diadema Luigi Papaiz, Prof. Me. Mirian Arid Soares. Por fim, agradeço a todos que de alguma forma, contribuíram para a realização deste trabalho.

REFERÊNCIAS

- ASIAN ANIMALS AND CHARACTERS WIKI. Momo Hirai (Twice). [s.d.]. Disponível em: [https://asian-animals-and-characters.fandom.com/wiki/Momo_Hirai_\(Twice\)](https://asian-animals-and-characters.fandom.com/wiki/Momo_Hirai_(Twice)). Acesso em: 03 maio 2026.
- AUGUSTO, Giovanna de Andrade. Os processos criativos da maquiagem no audiovisual universitário potiguar. 2025. Monografia (Bacharelado em Comunicação Social – Audiovisual) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes, Natal, 2025.
- CAETANO, Leonardo Thim Agudo. Garça e linho branco: o kabuki e suas metamorfoses. 2024. Dissertação (Mestrado em Artes da Cena, área de Teatro, Dança e Performance) – Instituto de Artes, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2024.
- CARVALHO, Maria Flávia Costa de. A estética kawaii e a preferência de consumo: estudo de caso com consumidores de lip tints brasileiros e japoneses. 2021. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Design) – Centro de Ciências Exatas e Tecnologias, Universidade Federal do Maranhão, São Luís, 2021. Disponível em: <https://rosario.ufma.br/jspui/bitstream/123456789/6456/1/MariaFI%c3%a1via.pdf>. Acesso em: 03 maio 2026.
- CHERRY, Kittredge. Womansword: what Japanese words say about women. Tokyo: Kodansha International, 1987.
- DEZEM, Rogério. Matizes do “amarelo”: elementos formadores do imaginário sobre o japonês no Brasil. Revista de Estudos Orientais, São Paulo, n. 6, p. 51-64, jan. 2005. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/237343915_Matizes_do_'Amarelo'_Elementos_formadores_do_imaginario_sobre_o_japones_no_Brasil. Acesso em: 05 maio 2026.
- EDO-G. Makeup. Edo-G Blog, 2016. Disponível em: <https://edo-g.com/blog/2016/02/makeup>. Acesso em: 03 maio 2026.
- FREEMAN, Ellen. Japan's Weird New Beauty Trend: Looking Sick, On Purpose. Yahoo Lifestyle, 2015. Disponível em: <https://www.yahoo.com/lifestyle/japans-weird-new-beauty-trend-looking-sick-on-113436039668.html>. Acesso em: 02 maio 2026.
- HU, Alícea Tong Tong. A abordagem do crescimento da firma a partir do processo acumulativo de capacitações: um estudo de caso da Shiseido. 2018. Monografia (Bacharelado em Economia) – Instituto de Economia, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2018.
- LIM, Sooha. History of Beauty Standards in Japan Since Edo Period. *Journal of Student Research*, v. 14, n. 1, 2025. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/394948732_History_of_Beauty_Standards_in_Japan_Since_Edo_Period. Acesso em: 13 maio 2026.
- LOSSIO, Rúbia Aurenívea Ribeiro; PEREIRA, Cesar de Mendonça. A importância da valorização da cultura popular para o desenvolvimento local. In: III ENECULT – Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura, 2007. Anais [...]. Salvador: UFBA, 2007. Disponível em: <https://pt.scribd.com/document/628764820/LOSSIO->

Rubia-Aurenivea-Ribeiro-PEREIRA-Cesar-de-Mendonca-a-Importancia-Da-Valorizacao-Da-Cultura-Popular-Para-o-Desenvolvimento-Local-III-ENECULT . Acesso em: 01 maio 2025.

MARR, Kathryn Rebecca. Mirrors of modernity, repositories of tradition: conceptions of Japanese feminine beauty from the seventeenth to the early twentieth century. 2015. 134 f. Thesis (Master of Arts in Japanese) — University of Canterbury, Canterbury, 2015. Disponível em: University of Canterbury Repository. Acesso em: 21 maio 2026.

MURAI, Noriko; KINGSTON, Jeff; BURRETT, Tina (ed.). Japan in the Heisei Era (1989–2019): multidisciplinary perspectives. London; New York: Routledge, 2022. DOI: 10.4324/9780429273575.

NOGUEIRA, Tamires Correia. A relação entre a autoestima e o comportamento de compra de produtos e serviços de beleza. 2021. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) – Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Gestão de Políticas Públicas, Universidade de Brasília, Brasília, 2021.

OKANO, Michiko. *A estética kawaii – origem e diálogo*. In: ENCONTRO/CONFERÊNCIA NA PINACOTECA DO ESTADO DE SÃO PAULO, 2020, São Paulo. Anais [...]. São Paulo: Pinacoteca do Estado de São Paulo, 2020. Disponível em: https://www.academia.edu/12372448/A_ESTETICA_KAWAII_ORIGEM_E_DIALOGO. Acesso em: 12 maio 2026.

OLIVEIRA, Ana Paula Silva de. A estética kawaii: cultura e consumo no Japão contemporâneo. *Revista GEMINIS*, São Carlos, ano 1, n. 1, p. 317-338, 2010. Disponível em: <https://www.revistageminis.ufscar.br/index.php/geminis/article/view/25/23>. Acesso em: 03 maio 2026.

ONEDA, Luana; PERIN, Mariana; THIVES, Fabiana. A influência da maquiagem na imagem pessoal. Balneário Camboriú: Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI), [s.d.]. p. 1-13. Disponível em: https://www.profec.com.br/escola/apostilas/esteticista-e-imagem-pessoal-pfc-3.pdf?utm_source=chatgpt.com. Acesso em: 05 maio 2026.

OTAKU MODE. Anime Game Cosplay Make Vol. 4. s.d. Disponível em: <https://otakumode.com/shop/588ef36393e033fe6d934e1f/Anime-Game-Cosplay-Make-Vol-4>. Acesso em: 02 maio 2026.

PEREIRA, Aline de Souza. Questões teóricas em uma adaptação para jovens leitores de O Romance do Genji. 2021. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Tradutor Português e Japonês) — Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2021

PIACITELLI, Beatriz Bianchi; SILVA, Raissa Oliveira da. A influência da moda asiática no Brasil: um olhar para o centro de São Paulo. 2021. Trabalho de Conclusão de Curso (Curso Superior de Tecnologia em Têxtil e Moda) – Faculdade de Tecnologia de Americana “Ministro Ralph Biasi”, Americana, 2021.

PINHEIRO, Micheline Penafort. A arte do disfarce: a maquiagem como mídia e o processo de construção de personagens na obra audiovisual. 2016. Dissertação

(Mestrado em Comunicação e Semiótica) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2016.

PINTO, Camila Aguiar Ferreira. Direção de arte e maquiagem cinematográfica como ferramenta narrativa. 2020. Trabalho de Conclusão de Curso (Cinema) – Centro de Artes, Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, 2020.

PRADO, Ea Damaia Alves Silva. Modificadores corporais: a maquiagem como ferramenta política nas artes visuais. 2023. Trabalho de Conclusão de Curso – Universidade Estadual Paulista “Júlio Mesquita Filho” (UNESP), São Paulo, 2023.

PRADT, Sarah J.; KAWASHIMA, Terry. *Teaching the “Geisha” as Cultural Criticism. Education About Asia*, v. 6, n. 1, p. 26-38, Spring 2001. Disponível em: <https://www.asianstudies.org/wp-content/uploads/teaching-the-geisha-as-cultural-criticism.pdf>. Acesso em: 13 maio 2026.

PUTRI, Adinda Amelia Dwi; SUNDAYRA, Ladycia. Pandangan anak muda Jepang terhadap trend fashion gyaru. *Jurnal Daruma: Linguistik, Sastra dan Budaya Jepang*, Denpasar, v. 5, n. 1, p. (se houver), abr. 2025. Program Studi Sastra Jepang, Fakultas Bahasa Asing, Universitas Mahasaraswati, Denpasar, Bali, Indonesia. Acesso em: 21 maio 2026.

RODRIGUES, Gustavo Dore. Japão, explodindo subcultura: cultura e mídia japonesa no Brasil. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUDESTE, 13., 2008, São Paulo. Anais [...]. São Paulo: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2008.

SASAKI, Tomoko. 大正期の生活改善と化粧 [Living Conditions Improvements and Cosmetology in the Taisho Era]. *人間文化創成科学論叢*, v. 25, p. 21-30, mar. 2023. Disponível em: https://teapot.lib.ocha.ac.jp/record/2003518/files/ronso_25_02_sasaki.pdf. Acesso em: 07 maio 2026.

SHISEIDO. Site oficial da Shiseido. s.d. Disponível em: <https://www.shiseido.co.jp/>. Acesso em: 01 maio 2026.

SIMIONE, Livia Izabella Novais Silva et al. A história da maquiagem e das pinturas corporais no ensino da química. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*, Curitiba, v. 22, n. 6, p. 1-30, 2024. DOI: 10.55905/oelv22n6-205.

SOUZA, Débora Diorcelia de; MACHADO, Karina Elisa. *Maquiagem do Século XXI. Cosmetics & Toiletries Brasil*, Florianópolis, v. 31, p. 18-25, set./out. 2019. Disponível em: https://www.cosmeticsonline.com.br/ct/painel/class/artigos/uploads/0924a-CT315_18-25.pdf. Acesso em: 02 maio 2026.

URBANO, Krystal; PROFESSOR, Juciano; NASCIMENTO, Mateus. Mapeando a produção científica sobre cultura pop japonesa na América Latina: uma revisão integrativa da literatura. *Prajna: Revista De Culturas Orientais*, 4 (7), 55-81. <https://doi.org/10.5281/zenodo.19301939>

VIEIRA, Gabriela Nascimento. “Cobrir Descobrir”: o que esconde a máscara. 2025. Monografia (Bacharelado em Filosofia e Ciências Humanas) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Rio de Janeiro, 2025.

WSU VOICE. Apisus' insight on gyaru: an iconic fashion style from Japan. *The Westfield Voice*, s.d. Disponível em: <https://wsuvoice.com/4729/uncategorized/apisus-insight-on-gyaru-an-iconic-fashion-style-from-japan/>. Acesso em: 03 maio 2026.

WORKSHOP DE GEOGRAFIA CULTURAL, 5. Anais do 5º Workshop de Geografia Cultural: relações étnico-raciais, sexualidades e gênero: por uma geografia da diversidade. 2022. Alfenas: Universidade Federal de Alfenas. Disponível em: https://geoculturalunifal.wordpress.com/wp-content/uploads/2022/09/anais_5-workshop-de-geografia-cultural_.pdf. Acesso em: 23 abr. 2026.

YAMAMURA, Hiromi. 化粧の日本史ブログ by Yamamura. 2017. Disponível em: <https://ameblo.jp/yamamura-kesho/entry-12259571075.html>. Acesso em: 01 maio 2026.

YOSHIKAWA, Yurina. Beautiful “Looks” Created by Women: New Aesthetics on Makeup for Overturning the Traditional Japanese Beauty. 2021. Thesis (Open Access). Disponível em: <https://hdl.handle.net/20.500.14394/32745>. Acesso em: 09 fevereiro 2026.

YOSHITOSHI, Tsukioka. Three Samurai – Kabuki. 1876. Gravura. Disponível em: <https://ukiyo-e.org/image/artelino/34341g1>. Acesso em: 15 abril 2026.