

FACULDADE NOVA ESPERANÇA DE MOSSORÓ (FACENE/RN)  
CURSO DE GRADUAÇÃO EM BIOMEDICINA

MARIA JISSELY LINS BEZERRA

**A INFLUÊNCIA DOS PROCEDIMENTOS ESTÉTICOS NA AUTOESTIMA E NAS  
RELAÇÕES SOCIAIS DOS SUJEITOS**

**MOSSORÓ/RN**

**2021**

MARIA JISSELY LINS BEZERRA

**A INFLUÊNCIA DOS PROCEDIMENTOS ESTÉTICOS NA AUTOESTIMA E NAS  
RELAÇÕES SOCIAIS DOS SUJEITOS**

Monografia apresentada no Curso de Bacharelado em Biomedicina da Faculdade Nova Esperança de Mossoró (FACENE) como exigência para obtenção do título de Bacharel em Biomedicina.

**ORIENTADORA:** Profa. Me. Laura Amélia Fernandes Barreto

MOSSORÓ/RN

2021

Faculdade Nova Esperança de Mossoró/RN – FACENE/RN.  
Catalogação da Publicação na Fonte. FACENE/RN – Biblioteca Sant'Ana.

B574i Bezerra, Maria Jissely Lins.

A influência dos procedimentos estéticos na autoestima e nas relações sociais dos sujeitos / Maria Jissely Lins Bezerra. – Mossoró, 2021.

69 f. : il.

Orientadora: Profa. Me. Laura Amélia Fernandes Barreto.  
Monografia (Graduação em Biomedicina) – Faculdade Nova Esperança de Mossoró.

1. Biomedicina. 2. Procedimentos estéticos. 3. Relações sociais. 4. Imagem própria. I. Barreto, Laura Amélia Fernandes. II. Título.

CDU 646.7

À minha família, especialmente aos meus pais.

## **AGRADECIMENTOS**

Primeiramente a Deus, por proporcionar a força necessária para que eu chegasse até aqui.

Aos meu pais, por todo apoio, cuidado, incentivo e investimento para tornar possível a realização de um sonho.

Aos meus amigos e familiares por todo carinho, companheirismo, risadas e momentos felizes que tornaram a caminhada mais leve.

Aos meus irmãos, por sempre se fazem presentes e animarem meus dias, apesar da distância.

À minha vó, por todo seu carinho e por sempre acreditar em mim.

A mim, por ter insistido mesmo quando parecia que nada daria certo.

A professora e orientadora Laura Barreto, por todas as instruções passadas, por toda sua dedicação, pelo acolhimento inicial onde eu me encontrava totalmente perdida, por me acompanhar em cada passo, por toda sua paciência, disponibilidade, proatividade e por sempre me tranquilizar quando eu achava que não daria conta.

Por fim, a todos que direta ou indiretamente contribuíram de alguma forma na minha vida pessoal e acadêmica.

“Uma coisa bela persuade por si mesma, sem necessidade de um orador.”

William Shakespeare

## RESUMO

Ao longo dos anos o conceito de estética e do que é belo vêm sofrendo modificações constantemente, onde a mídia está diariamente ditando um modelo de beleza a ser seguido, diante disso a procura por procedimentos estéticos vem crescendo de forma exponencial, uma vez que os veículos de informações vêm gerando no indivíduo essa inquietação para encaixar-se em um padrão de beleza. Dessa forma, para compreender o porquê do aumento na demanda por procedimentos estéticos, faz-se necessário entender qual a influência desses procedimentos na autoestima e nos aspectos sociais desses sujeitos, além de desconstruir o estereótipo de que a estética se trata apenas de beleza. Portanto, somos levados a refletir: Como os procedimentos estéticos influenciam na autoestima dos sujeitos e sob quais aspectos interferem nas relações sociais que possuem?. Esta pesquisa se alicerça no objetivo generalista de compreender a influência dos procedimentos estéticos na autoestima e nas relações sociais dos sujeitos. Mais especificamente, objetivamos: Analisar as ideologias de gênero quanto aos procedimentos estéticos; Identificar os fatores que condicionam os sujeitos a se submeterem aos procedimentos estéticos; Perceber as transformações na autoestima e nas relações sociais dos sujeitos, a partir dos procedimentos estéticos. A presente pesquisa foi um estudo de cunho exploratório, com caráter descritivo e com abordagem quanti-qualitativa. A pesquisa foi desenvolvida através de questionário virtual, disponibilizado via *on-line*, isto é, por meio da rede social *Instagram* através de questionário divulgado nos *stories* da conta pessoal da pesquisadora. Os questionários foram respondidos via *on-line*, pelo *Google* formulários. A amostra do estudo foi composta por 34 sujeitos, independente do sexo, que se voluntariaram a participar da pesquisa e que passaram por algum procedimento estético nos últimos 2 anos. O questionário possui perguntas abertas e fechadas. O método utilizado na abordagem qualitativa foi a Análise de Conteúdo de Bardin e suas categorias. Os dados quantitativos foram expressos em gráficos. Esta pesquisa foi realizada de maneira rígida dentro das normas éticas e bioéticas referentes a pesquisa com seres humanos, aprovada pelo Comitê de Ética em Pesquisa sob Protocolo CEP: 11/2021 e CAAE: 43219021.6.0000.5179, de forma que é assegurada através da Resolução do Conselho Federal de Biomedicina - CFBM – nº 198/2011 e a Resolução CNS 466/2012. Os dados coletados durante o período de levantamento de dados evidenciam que quanto maior a insatisfação com a aparência, menor será a autoestima, por conseguinte quanto menor a autoestima, maior será a propensão à busca por procedimentos estéticos. Atualmente a sociedade rotula o corpo como um meio de conseguir *status* sociais, relacionamentos, empregos e amigos, por isso o desejo de aceitação em grupos sociais pode influenciar na busca por procedimentos estéticos. Os sujeitos entrevistados demonstram, em sua maioria, que houve aumento da autoestima e da autoconfiança ao desenvolver relações sociais. Relatam com mais frequência, a mídia e a insatisfação com a própria aparência como fatores que influenciaram a busca por procedimentos estéticos. Afirmam, em sua maioria, que os homens têm receio de realizar procedimentos estéticos por temer o preconceito e o julgamento que enfrentarão.

**PALAVRAS-CHAVE:** Biomedicina. Procedimentos Estéticos. Relações sociais. Imagem própria.

## ABSTRACT

Over the years, the concept of aesthetics and beauty is constantly changing, where the media is daily dictating a model of beauty to be followed, given that the demand for aesthetic procedures has grown exponentially, since the vehicles of information has generated this concern in the individual to fit a standard of beauty. Thus, in order to understand the reason for the increase in demand for aesthetic procedures, it is necessary to understand the influence of these procedures on self-esteem and on the social aspects of these subjects, in addition to deconstructing the stereotype that aesthetics is only about beauty. Therefore, we are led to reflect: How do the aesthetic procedures influence the self-esteem of the subjects and under what aspects do they interfere in the social relationships they have ? This research is based on the general objective of understanding the influence of aesthetic procedures on the subjects' self-esteem and social relationships. More specifically, we aim to: Analyze gender ideologies regarding aesthetic procedures; Identify the factors that condition the subjects to undergo aesthetic procedures; Perceive the transformations in the subjects' self-esteem and social relationships, based on aesthetic procedures. The present research was an exploratory study, with a descriptive character and with a quantitative and qualitative approach. The research was developed through a virtual questionnaire, made available online, that is, through the social network Instagram through a questionnaire published in the stories of the researcher's personal account. The questionnaires were answered online, using Google forms. The study sample consisted of 34 subjects, regardless of gender, who volunteered to participate in the research and who underwent some aesthetic procedure in the past 2 years. The questionnaire has open and closed questions. The method used in the qualitative approach was Bardin's Content Analysis and its categories. Quantitative data were expressed in graphs. This research was carried out strictly within the ethical and bioethical norms referring to research with human beings, approved by the Research Ethics Committee under Protocol CEP: 11/2021 and CAAE: 43219021.6.0000.5179, in a way that is ensured through the Resolution of the Federal Council of Biomedicine - CFBM - nº 198/2011 and CNS Resolution 466/2012. The data collected during the data collection period show that the greater the dissatisfaction with the appearance, the lower the self-esteem, therefore, the lower the self-esteem, the greater the propensity to search for aesthetic procedures. Nowadays, society labels the body as a means of achieving social status, relationships, jobs and friends, so the desire for acceptance in social groups can influence the search for aesthetic procedures. Most of the interviewed subjects demonstrate that there was an increase in self-esteem and self-confidence when developing social relationships. More often, they report the media and dissatisfaction with their appearance as factors that influenced the search for aesthetic procedures. They say, for the most part, that men are afraid of performing aesthetic procedures because they fear the prejudice and judgment they will face.

**KEYWORDS:** Biomedicine. Aesthetic Procedures. Social relationships. Own image



## LISTA DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1:</b> Atividade que exerce .....	33
<b>Gráfico 2:</b> Identidade Sexual e/ou de gênero .....	34
<b>Gráfico 3:</b> Idade.....	34
<b>Gráfico 4:</b> Com quem reside .....	35
<b>Gráfico 5:</b> Escolaridade .....	36
<b>Gráfico 6:</b> Você realizou algum procedimento estético nos últimos dois anos? Qual? .....	36
<b>Gráfico 7:</b> Você acredita que quanto maior a insatisfação com a aparência, menor será a autoestima?.....	38
<b>Gráfico 8:</b> Você acredita que quanto menor a autoestima, maior será a propensão à busca por procedimentos estéticos? .....	38
<b>Gráfico 9:</b> Você acredita que o aumento da autoestima pode melhorar vários aspectos da vida profissional e pessoal? .....	39
<b>Gráfico 10:</b> Você acredita que o padrão de beleza, atualmente exposto na mídia, influencia na busca por procedimentos estéticos? .....	40
<b>Gráfico 11:</b> Você já se sentiu insatisfeito(a) com sua aparência por causa de um corpo exibido na mídia como sendo o ideal ou o padrão a ser seguido?.....	41
<b>Gráfico 12:</b> Você acredita que o desejo de aceitação em grupos sociais pode influenciar na busca por procedimentos estéticos?.....	42
<b>Gráfico 13:</b> Você acredita que atualmente a sociedade rotula o corpo como um meio de conseguir status sociais, relacionamentos, empregos e amigos? .....	42
<b>Gráfico 14:</b> Você acredita que as mulheres sofrem mais influência da sociedade para encaixar-se em um padrão de beleza? .....	43
<b>Gráfico 15:</b> Você acredita que alguns homens desistem de realizar procedimentos estéticos por não querer ser rotulado como metrosssexual, pelo fato desse termo carregar consigo um certo preconceito? .....	44
<b>Gráfico 16:</b> Após a realização do(s) procedimento(s) estético(s) você se sentiu mais autoconfiante ao desenvolver relações sociais? .....	45

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	<b>12</b>
1.2 PROBLEMÁTICA .....	13
1.3 HIPÓTESES .....	14
1.4 OBJETIVOS .....	14
<b>1.4.1 Objetivo Geral</b> .....	<b>14</b>
<b>1.4.2 Objetivos Específicos</b> .....	<b>14</b>
<b>2 REFERENCIAL TEÓRICO</b> .....	<b>15</b>
2.1 ORIGEM DO BELO: A HISTÓRIA DA BELEZA .....	15
<b>2.1.1 Procedimentos estéticos: dos primórdios a atualidade</b> .....	<b>17</b>
2.2 A MÍDIA E A RELAÇÃO COM A BELEZA .....	20
<b>2.2.1 A beleza no dos séculos XIX e XX</b> .....	<b>21</b>
2.3 O HOMEM E A MULHER CONTEMPORÂNEOS: A IMAGEM COMO CONSTRUÇÃO IDENTITÁRIA .....	23
<b>3 METODOLOGIA</b> .....	<b>28</b>
3.1 TIPO DE PESQUISA .....	28
3.2 LOCAL DE PESQUISA .....	28
3.3 POPULAÇÃO E AMOSTRA .....	29
3.4 INSTRUMENTOS DE COLETA DE DADOS .....	29
3.5 PROCEDIMENTOS DE COLETA DE DADOS .....	31
3.6 ANÁLISE DE DADOS .....	31
3.7 ASPECTOS ÉTICOS .....	31
3.8 FINANCIAMENTO .....	32
<b>4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DE DADOS</b> .....	<b>33</b>
4.1 DADOS SOCIODEMOGRÁFICOS .....	33
4.2 ANÁLISE QUANTITATIVA DOS DADOS .....	37
4.3 ANÁLISE QUALITATIVA DOS DADOS .....	46
<b>4.3.1 A realização de procedimentos estéticos e a sua influência na autoestima e no desenvolvimento das relações sociais</b> .....	<b>47</b>
<b>4.3.2 Fatores que condicionam o sujeito a realizar procedimentos estéticos</b> ...	<b>48</b>
<b>4.3.3 O preconceito que o público masculino sofre por buscar procedimentos estéticos</b> .....	<b>49</b>
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	<b>51</b>

<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>53</b>
<b>APÊNDICES .....</b>	<b>63</b>
APÊNDICE A - TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE)	64
APÊNDICE B - QUESTIONÁRIO .....	66
<b>ANEXO .....</b>	<b>69</b>
ANEXO A – CERTIDÃO PROVISÓRIA EMITIDA PELO CEP .....	70

## 1 INTRODUÇÃO

A estética e o corpo sempre foram assuntos muito discutidos. Na Grécia antiga, vários filósofos debatiam sobre a sua concepção a respeito do corpo, para Sócrates tanto o corpo como a alma eram fundamentais para determinar a relação que o sujeito estabelece com o mundo. (CASSIMIRO *et al*, 2012)

Ao longo dos anos o conceito de estética e do que é belo vêm sofrendo modificações constantemente, onde a mídia está diariamente ditando um modelo de beleza a ser seguido, diante disso a procura por procedimentos estéticos vem crescendo de forma exponencial, uma vez que os veículos de informações vêm gerando no indivíduo essa inquietação para encaixar-se em um padrão de beleza. (BARROS e OLIVEIRA, 2017).

Em 1920, ocorria no Brasil um movimento conhecido como eugenia, no qual acreditava-se que algumas habilidades e o intelecto dependiam da estética do sujeito. Então com o intuito de melhorar a identidade do brasileiro criou-se um novo padrão de beleza que consistia em possuir cabelos, pele e olhos claros, dessa forma a aparência era diretamente relacionada à integração social (PIMENTA, 2007)

O ser humano tem grande necessidade de ser acolhido e aceito e é por isso que a autoestima está diretamente ligada com as relações interpessoais desenvolvidas pelo sujeito, uma vez que, quando a autoestima está elevada o indivíduo passa a se enxergar de forma positiva, aumentando sua confiança e automotivação, influenciando positivamente na forma de relacionar-se com a sociedade a ainda proporcionando novas perspectivas de buscar melhorias tanto na vida pessoal, quanto profissional (PEREIRA *et al*, 2018).

A autoestima é construída no decorrer da vida do sujeito, é formada por elogios, críticas, situações vivenciadas positiva ou negativamente. Dessa forma a autoestima pode ser compreendida como um sentimento que determina vários aspectos do sujeito dentre eles a relação que o indivíduo terá consigo, a confiança, a automotivação e a relação que o mesmo vai estabelecer com as pessoas ao seu redor (SANTOS, 2017).

A sociedade possui uma ideologia de gênero muito enraizada, onde homens e mulheres têm papéis muito engessados, entretanto o aumento significativo de homens que estão buscando procedimentos estéticos vem quebrando esses paradigmas e vem modificando os conceitos de masculinidade e identidade. Esse “novo homem” é

conceituado como metrossexual (homem urbano), entretanto muitos não querem ser rotulados dessa forma, pelo preconceito social que o termo carrega (MÁXIMO e LEITE, 2019).

O estereótipo de gênero é algo muito comum e que perdura desde as primeiras civilizações, onde é produzido e reproduzido ao longo de cada geração um padrão de masculino e feminino muito rigoroso, no qual é estabelecido quais comportamentos pertencem a cada gênero, no qual o intuito é fabricar personalidades heteronormatizadas (FRAGA e SOUZA, 2020).

Segundo dados divulgados pela Sociedade Internacional de Cirurgia Plástica Estética (ISAPS), da Pesquisa Estética Global Anual de Procedimentos realizados em 2017, o Brasil ficou em segundo lugar no *ranking* dos oito países que mais realizam procedimentos estéticos. Além disso, segundo a Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica (SBCP), nos últimos dez anos houve um aumento de 141% no número de procedimentos entre jovens de 13 a 18 anos, colocando o Brasil na liderança em número absoluto de jovens que passam por esse tipo de cirurgia.

Diante disso é indubitavelmente notório o quanto a estética é um tema atual. Dessa forma, para compreender o porquê do aumento na demanda por procedimentos estéticos, faz-se necessário entender qual a influência desses procedimentos na autoestima e nos aspectos sociais desses sujeitos, além de desconstruir o estereótipo de que a estética se trata apenas de beleza.

E por fim pode ainda corroborar e/ou servir de base teórica para estudos que abordam a estética em uma perspectiva de tratamento paliativo. Em pacientes com câncer, por exemplo, quando os mesmos apresentam baixa autoestima, podendo colaborar com o aumento das dores e do mal-estar físico (BACCOLI *et al*, 2018). Além dos fatos supracitados, a escolha do tema deu-se por ser um assunto de interesse pessoal, e ainda por acreditar no quanto a estética pode ter impacto na vida do indivíduo.

## 1.2 PROBLEMÁTICA

Como os procedimentos estéticos influenciam na autoestima dos sujeitos e sob quais aspectos interferem nas relações sociais que possuem?

### 1.3 HIPÓTESES

Hipótese 0: Os procedimentos estéticos não influenciam na autoestima dos sujeitos e não interferem nas relações sociais destes;

Hipótese 1: Os procedimentos estéticos influenciam na autoestima dos sujeitos o que pode interferir nas relações sociais destes.

### 1.4 OBJETIVOS

#### 1.4.1 Objetivo Geral

- Compreender a influência dos procedimentos estéticos na autoestima e nas relações sociais dos sujeitos.

#### 1.4.2 Objetivos Específicos

- Analisar os papéis de gênero quanto aos procedimentos estéticos;
- Identificar os fatores que condicionam os sujeitos a se submeterem aos procedimentos estéticos;
- Perceber as transformações na autoestima e nas relações sociais dos sujeitos, a partir dos procedimentos estéticos.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

Essa seção abordará uma visão histórica da construção da beleza, conceituando o que foi a beleza ao longo dos períodos evolutivos do homem e expondo sob quais perspectivas surgiram os padrões de beleza. Além de explorar a trajetória do surgimento dos cosméticos e, por fim, compreender as relações estabelecidas entre mídia, estética e autoestima.

### 2.1 ORIGEM DO BELO: A HISTÓRIA DA BELEZA

É de conhecimento geral que o culto à beleza sempre esteve presente no processo da evolução do ser humano, e esses padrões se modificam ao longo dos anos por influência temporal e cultural. No Egito por exemplo, o padrão de beleza masculina consistia em jovens esbeltos e com quadris estreitos, eles cultuavam a simetria do corpo (FERNANDES FILHO, 2010).

A beleza é algo extremamente subjetivo, toda essa idealização é proveniente da imagem construída de forma platônica do que seria o corpo feminino ideal. “O povo maori admira uma vulva gorda, e o povo padung, seios caídos.” (WOLF, 1992, pág. 15).

Os gregos foram os povos que mais destacaram a beleza masculina, pois compunham a maioria da população e apenas eles eram considerados como cidadãos. Era uma civilização que presava muito pela política e pela virilidade masculina, diante disso eles demonstravam seu apreço pelo corpo atlético masculino por meio da prática de esportes e esculpiam estátuas como forma de exibição desse ideal físico (FILHO, 2010)

O modelo de beleza é muito volúvel, e era totalmente influenciado por perspectivas que tornassem possível manter os homens no poder. Ao impor limites e padronizar mulheres, isso impediria que estas entrassem em disputas diretas pelo poder que os homens possuíam (WOLF, 1992).

O surgimento das civilizações patriarcais, trouxe consigo a ideia de que todo o poder de decisão deveria estar em posse da figura masculina, todo esse contexto acabou gerando uma objetificação da mulher, criou-se um ideal de quais comportamentos a mulher deveria ter e que aparência ela deveria possuir. Dessa

forma os padrões de beleza estabelecidos a partir desse momento tinham como público-alvo as mulheres (TIBURI, s/d).

O mito da beleza não tem relação alguma com as mulheres, mas está estritamente ligada às instituições masculinas e ao poder institucional que são concebidos aos mesmos. Os padrões de beleza a serem seguidos de cada época não passam de características convenientes para seus respectivos períodos, cujo único objetivo era controlar o comportamento feminino e impedir sua ascensão social (WOLF, 1992).

Na Idade Média as noções de beleza eram conduzidas pela percepção de Deus, esta era disseminada pelo cristianismo. Dessa forma a concepção do belo na época medieval consistia em enaltecer representações que direcionassem às verdades espirituais, por isso as imagens começam a apresentar emblemas espirituais (PEREIRA, s/d).

A Revolução Industrial trouxe consigo ferramentas tecnológicas que permitiram a veiculação de padrões de beleza a serem seguidos, “Na década de 1840, foram tiradas as primeiras fotografias de prostitutas nuas. Anúncios com imagens de “belas” mulheres apareceram pela primeira vez em meados do século XIX.” (WOLF, 1992, pág. 18). A partir disso as mulheres começaram a ficar reféns de um estereótipo diariamente exposto nos veículos de informações.

O renascimento buscava reviver os ideais greco-romano, de modo a definir a estética humana e reavivar o culto à beleza. A pintura marcou bastante esse movimento, na qual eram expressas figuras femininas belas e puras, com pele clara, com curvas equilibradas e transmitindo doçura, eram obras extremamente harmoniosas (PARISOTTO, 2009).

No início do século XX, a falácia sobre a beleza consistia em duas facetas: ora era retratada como um dom divino, ora era retratada como uma questão de saúde. Nessa época era comum a propaganda dos “remédios” para feiura e as mulheres que necessitassem utilizar esses cosméticos para se tornarem belas eram rotuladas como mulheres de má fama e de má conduta. Por volta de 1950 é visível uma remodelação no entendimento da beleza, pois esta passa a ser encarada como algo que pode ser modelada, modificada e escondida por meio do uso de cosméticos (OLIVEIRA, 2001).

Os homens eram constantemente expostos a padrões estéticos de figuras masculinas, mas eles não os percebiam como uma beleza-modelo a ser seguida, enquanto as mulheres reagem de forma totalmente oposta. O porquê disso é muito



simples, depois de tanto tempo acreditando na existência de uma aparência ideal e que deveriam segui-la, isso acabou ganhando uma importância muito grande na vida da figura feminina (WOLF, 1992).

Em contrapartida, um novo homem começou a surgir em meados de 1990, essa nova figura masculina vem deixando de lado sua rudez e vem aceitando esse novo modo de exercer sua masculinidade, por meio de mudanças no estilo de vida e maior preocupação com a aparência. Dessa forma a beleza ganhou grande impacto na vida do homem moderno, como consequência pela busca de uma nova forma de vivenciar a masculinidade (FILHO, 2010).

### **2.1.1 Procedimentos estéticos: dos primórdios a atualidade**

Uma das grandes referências de beleza que o mundo teve foi Cleópatra, a última rainha egípcia era muito famosa pela sua estética impecável. Os egípcios eram grandes adeptos do uso de cosméticos, tanto para fins de embelezamento quanto para fins de higiene pessoal. Alguns registros apontam que com o intuito de hidratar a pele, eles utilizavam alguns recursos naturais (mel, gordura animal, entre outros) na produção dos seus cremes (FILHO, 2010).

O povo egípcio repudiava o odor do corpo, por isso utilizavam cremes e tomavam banhos constantemente. Além disso removiam todos os pelos do corpo, pois eram considerados como impurezas, faziam uso de máscaras faciais à base de argila e utilizavam óleos para deixar a pele perfumada (FILHO, 2010).

O uso de maquiagens entre os egípcios era muito comum, tanto por homens, quanto por mulheres, pois a mesma tinha função de espantar moscas. Os cosméticos sempre estiveram presentes durante a evolução do homem, mesmo que com finalidades diversas: embelezamento, proteção da pele ou higiene pessoal (FILHO, 2010).

Alguns papiros datados com mais de 30 séculos exibiam receitas que tinham como intuito rituais de cuidados com a pele. Esses achados, foram de extrema importância para a indústria de cosméticos que viria a seguir. “Mais tarde, médicos, filósofos e poetas gregos e romanos, tais como Hipócrates, Teocrato, Horácio, mostraram um interesse especial em relação aos ingredientes destinados a branquear ou a dar cor aos rostos.” (GONÇALVEZ, 2013, pág. 9).

Os cosméticos foram de extrema importância no avanço e na transição das civilizações antigas para as civilizações modernas, uma vez que ajudou a reformular o olhar do sujeito para o seu exterior, permitindo que o mesmo pudesse expressar crenças, religião e sua própria personalidade, através do uso de cosméticos (GONÇALVEZ, 2013).

No Antigo Egito foram encontradas alguns dos primeiros vestígios históricos da produção e do uso dos cosméticos. “Os corantes e pigmentos eram convertidos em pós muito finos e depois misturados com óleos, mel ou goma para se obter a consistência adequada.” (GONÇALVEZ, 2013, pág. 12). É identificado ainda a produção de perfumes por meio da maceração de pétalas de flores, juntamente com óleos de origem vegetal ou ainda com sebo de animais (GONÇALVEZ, 2013).

Os egípcios foram considerados como um dos povos que mais davam destaque a beleza, entretanto o grande volume de cosméticos que usavam, em sua maioria não era com o intuito de culto a beleza, mas como forma de se protegerem das altas temperaturas e do clima árido do deserto (GONÇALVEZ, 2013).

A Roma ao inspirar-se nos gregos, deixou como legado muitos conhecimentos da cosmetologia. Mesmo na Idade Média após a queda da Roma antiga, o interesse pelos cosméticos continuou a existir, ainda que apenas no íntimo dos sujeitos, devido a coibição do culto a beleza (GONÇALVEZ, 2013).

Na Era Medieval era de grande importância ter uma pele pálida, os cosméticos não eram muito utilizados, eram restritos ao uso dos membros da nobreza. Grande parte do motivo para essa situação, estava na influência que a igreja exercia sobre a população, disseminando a ideia de que o espírito precisava de mais valorização que o físico (GONÇALVEZ, 2013).

A Revolução Industrial foi um momento histórico que impulsionou vários mercados de produção, dentre eles o mercado dos cosméticos que sofreu grande evolução sobretudo no século XIX, com o surgimento de novas tecnologias, foram criados os primeiros métodos para tratamento para rugas. (GONÇALVEZ, 2013).

O “Esmaltado do rosto” foi a primeira tentativa de tratar rugas, consistia em enxaguar a face com uma solução alcalina, e logo após passar uma pasta que tinha como objetivo preencher as rugas, e por fim colocar por cima uma camada de esmalte, feita com arsênio e chumbo, poderia durar por até um ano, ainda que fosse extremamente desconfortável (GONÇALVEZ, 2013).

Ainda no século XIX sob influência do romantismo, as mulheres diminuíram o uso das maquiagens, para expressar uma face mais natural. Nesse período as faces eram pálidas e os lábios eram desprovidos de cor, em contrapartida, os olhos eram escurecidos com sombras (GONÇALVEZ, 2013).

Em 1850 a moda retorna às bonecas de porcelana. Os pós-brancos estão em alta e são utilizados nos decotes e nas costas pois a mulher necessita ter uma pele de porcelana. Outro produto extremamente utilizado nesse momento foi a pasta “La Blaquette”, a mesma provocava irrestrita obstrução dos poros (GONÇALVEZ, 2013).

Em meados do século XIX, a maquiagem moderna começa a dar os seus primeiros passos. Em 1880 surge o que serviria como base para a criação do primeiro batom, “Era uma pomada composta por manteiga fresca, cera de abelha, raízes de um corante natural e cachos de uvas negras sem polpa, que davam cor sem provocar efeitos secundários.” (GONÇALVEZ, 2013, pág. 22).

Os primeiros recursos estéticos foram os cosméticos, os cosméticos de embelezamento inicialmente tinham como público-alvo as mulheres. Mas à medida que o mercado da estética cresce, seu público aumenta, dessa forma os homens estão cada vez mais adeptos ao uso de cosméticos e a submeter-se a procedimentos estéticos (BRITO e REIS, 2016).

Dessa forma a beleza e os produtos (ou procedimentos) capazes de melhorar a aparência ganham cada vez mais importância na vida dos homens. “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.” (BRITO e REIS, 2016, pág. 2). Dessa forma seus filhos e netos ao observarem esses rituais de beleza, tornar-se-ão adeptos aos recursos que a estética e a cosmetologia podem oferecer. (BRITO e REIS, 2016).

À medida que o tempo passa, os procedimentos estéticos avançam. Ao trazer para as perspectivas atuais, é possível elencar vários procedimentos estéticos disponíveis para atender às queixas mais variadas dos pacientes. A aplicação da toxina botulínica por exemplo, tem como função paralisar o músculo com o objetivo de minimizar linhas de expressões (RIBEIRO *et al* 2014).

A toxina botulínica é estudada desde o século XIX. Em 1817 é mencionada inicialmente na perspectiva de descrever sobre o botulismo, posteriormente em 1973 é feito o primeiro teste em macacos, no qual comprovou-se sua eficácia no tratamento

do estrabismo, ainda em 1991 é comprovada a eficácia da toxina botulínica no tratamento de rugas (RIBEIRO *et al* 2014).

Um dos procedimentos estéticos mais famosos, a harmonização facial, busca recriar os traços da face de acordo com o gosto do paciente, por meio do preenchimento facial, que em sua maioria é realizado com Ácido Hialurônico injetável. É um procedimento que remete ao ideal de beleza dos egípcios, que buscavam a simetria do corpo. “O uso injetável de Ácido Hialurônico é o segundo procedimento estético não cirúrgico mais realizado, o qual funciona como volumizador tridimensional, renovador celular, influenciando na qualidade do tecido afetado” (RODRIGUES e VITORINO, 2019, pág. 15). Todas essas inovações trazem novas perspectivas para a estética, através do surgimento de novos procedimentos, novas técnicas e novos protocolos, e o crescimento desse leque de opções só foi possível mediante a grande demanda pela incansável busca pelo mito da beleza.

## 2.2 A MÍDIA E A RELAÇÃO COM A BELEZA

A era da informação vem trazendo consigo avanços tecnológicos em vários âmbitos da vida humana, principalmente na tecnologia da informação, isso faz com que o sujeito seja influenciado não apenas pelo ambiente no qual está inserido, mas também pelo conteúdo que ele consome nos veículos de informação, desde a revista de moda até os conteúdos produzidos na internet. Dessa forma, o culto ao corpo vem se tornando cada vez mais importante para os sujeitos, levando-os a usá-lo como ferramenta de poder, socialização e sedução (BATALINI *et al*, s/d).

A mídia encontra-se constantemente fazendo uma mediação entre a sociedade e a indústria da corpolatria, uma vez que os veículos de informações estão assiduamente criando, divulgando ou reforçando, quais as roupas que estão na moda, quais são as cores e tendências da temporada e ainda, qual ideal e quais valores referentes à beleza está na moda e deve ser seguido, toda essa exibição midiática tem o intuito de induzir o receptor à desejar o ideal exposto e conseqüentemente comprar os produtos e/ou serviços que tem como objetivo torna-lo belo e/ou atraente (KNOPP, 2008).

Os indivíduos encontram-se inseridos em uma sociedade de massa, portanto são constantemente influenciados pela comunicação em massa, então através disso

os sujeitos estarão assiduamente expostos às mensagens, vivências e experiências que não são suas, são da perspectiva de outras pessoas (AGUILERA, 2016)

A mídia e a publicidade, podem ser consideradas as disseminadoras do culto à beleza do corpo como uma tendência comportamental, haja vista que estas estão constantemente divulgam novas formas de cuidar da aparência. A mídia televisiva no Brasil tem grande poder na construção e na reafirmação dos padrões de beleza na cultura brasileira, esse fato é possível através da teatralização da realidade de forma que as emoções são transmitidas de forma exacerbada (KNOPP, 2008).

A sociedade cria contextos para que a mídia desenvolva um conceito de biossociabilidade, essa ideia é propagada por meio de discursos sobre quais aparatos estéticos são necessários para tornar-se belo e ainda sobre como a beleza, o sucesso, a sedução e a saúde são codependentes e que estes são de importância vital para o sujeito, é diariamente reforçado pela mídia. Acerca disso, a cada dia que passa os indivíduos tornam-se reféns de um ideal que acreditam ser necessário reproduzir para ser aceito socialmente, pois foi imposto pela mídia e todos creem veemente (VIANA e SILVA, 2010).

O corpo é colocado como um meio para alcançar modelos identitários, que basicamente são imposições sociais disseminadas pelos mais variados meios de influenciar pessoas: da educação à mídia. Esses modelos identitários consistem da criação de dois campos: No qual os corpos são fabricados em série, ou seja, há uma padronização e em outra perspectiva onde há subjetividades controladas e manipuladas, dessa forma essa subjetividade criada vai ser utilizada em discursos midiáticos que propagam a ideia de que inserir-se em um grupo que é mais aceito socialmente vai trazer felicidade, beleza e realização (VIEIRA e BOSI, 2013).

A mídia e a indústria da beleza estão constantemente incentivando a criação dessa necessidade de fomentar o narcisismo e o hedonismo e um dos principais motivos para isso é o fato de o culto ao corpo ser considerado uma manifestação cultural, ou seja, uma forma de consumir cultura (KNOPP, 2008).

### **2.2.1 A beleza nos séculos XIX e XX**

O número de cirurgias plásticas realizadas vem crescendo de forma proporcional ao crescimento da indústria da beleza. “Segundo dados da Associação Brasileira de Cirurgia Plástica, nos últimos anos houve um número substancial de

cirurgias plásticas (estéticas e reparadoras) realizadas no Brasil. Só em 2001 foram realizadas cerca de 350.000 cirurgias estéticas no país.” (FERREIRA, 2011, pág. 2). Dessa forma o Brasil é detentor do segundo maior mercado de cirurgias plásticas e de procedimentos estéticos no mundo.

O cinema pode ser considerado um dos grandes responsáveis pelo grande crescimento da indústria da beleza, pois trata-se de um veículo formidável de informações, onde é possível difundir novas ideias, novas experiências e novos valores culturais, influenciando as pessoas a terem determinado comportamento e/ou a utilizar certos produtos e certos tratamentos (OLIVEIRA, 2006).

O que é conhecido hodiernamente como “primeiro cinema” ocorreu entre os séculos XIX e XX. Inicialmente consistia em cenas sem histórias coercivas, onde a preocupação era que as imagens fossem o principal entretenimento. A partir de 1900 o cinema começa a ganhar forma, com filmes mais elaborados e espaços luxuosos que chamavam a atenção dos consumidores (MORETTIN, 2007).

O cinema sempre foi visto como uma forma de seduzir, por este motivo é um recurso bastante utilizado no âmbito do marketing. A preocupação com a estética surgiu por volta do século XVIII, sendo definida como “o estudo geral das sensações e da percepção dos sentidos humanos, tendo na arte o seu clássico e principal objeto, mas não o único.” (FRAGA, 2012, pág. 4).

A indústria cultural utiliza constantemente o cinema como uma ferramenta para produzir e explorar bens culturais, e esse sistema acaba estendendo-se ao mercado econômico. O trailer de um filme por exemplo, é um apelo audiovisual que tem o intuito de induzir o receptor a assisti-lo (JUSTO, 2010).

Os corpos exibidos nas telas dos cinemas tiveram grande impacto na percepção da autoimagem dos indivíduos, uma vez que estes eram influenciados a possuir tal padrão estético, para sentir-se bem e aceito. Uma das personalidades mais marcantes do cinema, Marilyn Monroe, “era considerada um símbolo sexual de sua época, incorporando o conceito da mulher feminina, sensual, segura e à frente do seu tempo.” (MACIEL, 2017, pág. 6).

Desde então o cinema ganhou grande influência no âmbito da moda, as pessoas ficavam deslumbradas com a beleza e com os figurinos dos atores hollywoodianos e isso foi utilizado pelo mercado da moda para promover-se e lucrar com a influência do cinema. Na década de 50, a beleza de Marilyn Monroe foi objeto

de inspiração para milhares de mulheres consumidoras do cinema, estas queriam vestir-se como ela, ter sua aparência e encarnar seu comportamento (MACIEL, 2017).

Essa necessidade incansável de buscar tal ideal de beleza atrelado ao desenvolvimento tecnológico deu lugar ao uso de softwares de edição, o famoso photoshop surge no início do século XX e foi visto como um meio de aproximar a beleza cotidiana da beleza hollywoodiano. Dessa forma, tornou-se possível recriar traços, esconder imperfeições e disfarçar características indesejadas (SOKOLOSKI, 2011).

Esses avanços tecnológicos estenderam-se ao campo médico, com o surgimento de técnicas cirúrgicas, que inicialmente tinham fins apenas curativos, mas acabou desdobrando-se no campo da beleza, “Esse mesmo bisturi, que visa a cura das mais diversas moléstias transforma-se como um pincel na mão do artista também a favor da beleza.” (SOKOLOSKI, 2011, pág. 6).

### 2.3 O HOMEM E A MULHER CONTEMPORÂNEOS: A IMAGEM COMO CONSTRUÇÃO IDENTITÁRIA

Ao recorrermos a visões do gênero e da sexualidade numa perspectiva pós-estruturalistas de análise, apoiamos nossas considerações no entendimento do masculino e do feminino como construções culturais, lugares de sujeito, partes de uma maquinaria discursiva cujos corpos estão historicamente localizados em práticas culturais, sociais e languageiras.

Os estudos de Foucault (1995) se concentram na constituição do indivíduo moderno, cujo processo constitutivo do mesmo seria os mecanismos de objetivação e subjetivação. O primeiro processo corresponde ao indivíduo como objeto do mundo moderno, cujo corpo é dócil e disciplinado, enquanto que o processo de subjetivação envolveria as práticas culturais que fazem do homem um sujeito, ou seja, quando um indivíduo reconhece uma identidade como sua. Segundo Fonseca “Os dois processos concorrem conjuntamente na constituição do indivíduo, sendo que os primeiros o constituem enquanto objeto dócil e útil e os segundos enquanto um sujeito” (2003, p.26).

A subjetividade presente em certos discursos contribui para a adoção e constituição de identidades nas sociedades contemporânea. As identidades são múltiplas e sofrem constantemente mutações, pois em cada momento histórico prevalecem determinadas identidades que são colocadas como referência para os

indivíduos. Para Hall (2005) não existe uma identidade unificada e fixa na atualidade e que o sujeito pós-moderno assume diferentes identidades de acordo com o momento e que essas identidades são históricas e não biológicas.

As identidades parecem invocar uma origem que residiria em um passado histórico com o qual elas continuariam a manter uma certa correspondência. Elas têm a ver, entretanto, com a questão da utilização dos recursos da história, da linguagem e da cultura para a produção não daquilo que nós somos, mas daquilo no qual nos tornamos (HALL, 2005, p. 108-109).

Segundo Bauman (2005), as relações de poder, na antiguidade, como o Estado e suas forças, eram os responsáveis pela formação e surgimento das identidades nacionais dos indivíduos. Assim, antes o sujeito era visto como possuidor de uma única identidade, que era estável e unificada, mas essa identidade, hoje, é fracionada, já que o interessante é ter várias identidades, pois dão a sensação de pertencimento aos grupos. Para o autor o processo de globalização foi fundamental para que ocorresse mudanças nas identidades culturais, pois na modernidade essas mudanças ocorrem de maneira rápida e constante.

Barbosa (2005) esclarece que as identidades são construídas no e pelo discurso e que na atualidade elas emergem através das práticas discursivas, onde existe uma relação entre discurso e História. “Isto equivale dizer que as transformações históricas nos possibilitam a compreensão da produção dos discursos, seu aparecimento em determinados momentos e sua dispersão” (FERNANDES, 2005, p. 26-27). Para Gregolin, “Os sujeitos constroem sua identidade na relação com o outro, na inserção de uma alteridade que desenha os contornos de espaço discursivo no fluxo histórico” (GREGOLIN, 2000, p. 25)

Na sociedade atual o consumo de bens e serviços tornou-se fator primordial na construção de identidades dos indivíduos. Na esfera das relações sociais “ter”, “possuir” deixou de ser apenas um meio de suprir necessidades primordiais e sim um indicador de *status*, que define quem somos e o que desejamos que os outros sejam. O objeto de consumo mais coberto de significados e desejos na atualidade é o corpo, sendo este exposto com formas padronizadas e colocado como referencial de saúde,



beleza e *status* social se, é claro, estiver de acordo com o ideal pregado pela cultura da nossa sociedade.

Fazendo parte dessa maquinaria contemporânea, o status de belo na contemporaneidade passa pelos procedimentos estéticos e são, muitas vezes, denominados como uma ‘busca incansável’ pela beleza ou ainda a ‘harmonização dos sonhos’. Portanto o corpo passou a ser visto como um objeto extremamente suscetível a modificações, uma vez que estes não são construídos apenas de forma biológica, mas também socialmente. Sob influência do capitalismo a visão de que o corpo é um bem de consumo tornou-se cada vez mais aceita e a construção da própria identidade corporal passou a ser mais acessível (PAIXÃO e LOPES, 2014).

Estas mudanças proporcionadas pelos procedimentos estéticos causam impactos que transcendem a alteração física e estende-se ao imaginário do sujeito, mudando sua percepção sobre si e conseqüentemente implicará nas relações sociais estabelecidas pelo mesmo, uma vez que a busca por essa modificação externa em sua maioria tem como objetivo transformar alguma área específica de sua vida, sendo vista como um meio de possuir a identidade necessária para encaixar-se em determinados grupos sociais (PAIXÃO e LOPES, 2014).

No momento social em que nos encontramos a aparência é extremamente relevante para a interação social, pois é isso que vai definir em qual grupo o indivíduo será aceito, quais lugares ele frequentará, a forma como o sujeito vai se enxergar e a confiança que ele vai ter para conseguir o que deseja (SARTURI e CIRQUEIRA, 2017).

Quando satisfeito com a sua própria aparência, o indivíduo passa a ter uma imagem corporal positiva de si, melhorando sua autopercepção. A construção dessa imagem corporal possui dimensões sociais, psicológicas e fisiológicas, esse conjunto vai corroborar com a forma que o indivíduo vai externar suas emoções o que influencia diretamente no desenvolvimento de suas relações sociais e conseqüentemente na sua qualidade de vida. Portanto, indivíduos contentes com a própria imagem tornar-se-ão mais confiantes, mais resilientes e mais confiantes para buscar o que eles julgam merecer ou julgam ser necessário, isso vai ter grande impacto em todos os aspectos de sua vida (FERREIRA *et al* 2016).

A imagem corporal e a autoestima estão intimamente correlacionadas. Uma vez que a autoestima pode ser definida como o sentimento de apreço que o indivíduo sente por si, podemos afirmar que a autoestima e a imagem corporal são diretamente

proporcionais. A autoestima do sujeito é construída ao longo da vida, por uma junção de momentos vividos, tanto positivamente quanto negativamente. Essa construção da autoestima é um fator determinante na inserção desse indivíduo na sociedade, tendo em vista que o ser humano tem uma grande necessidade de sentir-se aceito por algum grupo social, sendo esse um dos principais fatores condicionantes para a busca por procedimentos estéticos (SANTOS, 2017).

A existência de um padrão de beleza a ser seguido além de transformar o corpo em um “produto”, também transformou a aparência em um critério de inclusão ou exclusão no meio social, dessa forma a crescente busca pelos procedimentos estéticos é vista como uma forma de conseguir alcançar a aceitação social e/ou buscar bem-estar, em uma tentativa de fazer as pazes com o espelho (PONCHIO *et al.*, 2013).

A autoestima é capaz de estabelecer um sentimento de aceitação ou de não aceitação que vai definir se o indivíduo crê ou não em suas qualidades. Esta é construída pela avaliação de valores que vão ser externados por meio de atitudes que o indivíduo pratica com relação a si mesmo. A autoestima pode ainda ser esmiuçada em: “valor pessoal, respeito por si mesmo, autoconfiança e amor-próprio.” (YAMASAKI *et al* 2013, pág. 33). Esta pode ainda influenciar na forma que o indivíduo vai eleger suas metas, na forma como externa suas expectativas, e ainda determina o grau de autoconfiança diante de decisões a serem tomadas (FLORIANI *et al* s/d).

A autoconfiança tem um papel de grande importância no desenvolvimento de relações sociais, pois o sujeito necessita desta para ser e fazer tudo aquilo que determinado grupo social espera que ele faça. Uma vez que o indivíduo não tem consciência do seu potencial, por falta de autoconfiança, este pode encontrar-se em desequilíbrio entre o que ele é e o que gostaria de ser, e se esse desequilíbrio não for ajustado, o sujeito pode vir a viver em constante contradição, e até mesmo passar a fingir ser algo/alguém que não é, mas gostaria de ser (FLORIANI *et al* s/d).

Na pesquisa de Yamasaki *et al* (2013) é abordado alguns dos fatores que condicionam os indivíduos a procurarem por procedimentos estéticos, dentre eles, vale ressaltar que quanto menor o nível de autoestima maior será o nível de aceitabilidade à procedimentos estéticos:

Haiken (1997) afirma que as pessoas consideram a possibilidade de fazer a cirurgia estética devido a um profundo

sentimento de inadequação pessoal em relação à sua aparência. Sendo assim, ao invés de resumir a vaidade dos indivíduos, a cirurgia pode ser vista como algo que possibilita ao indivíduo reparar um dano em seu autoconceito. (YAMASAKI *et al* 2013, pág. 33).

A partir dos fatos supracitados fica evidente que a busca incessante pela beleza tem como fundamento a perspectiva de que uma boa aparência pode trazer consigo vantagens nas relações sociais, pois não ser belo imediatamente significa ser rejeitado. Dessa forma é irrefutável o quanto a estética, a autoestima e a autoimagem influenciam no âmbito emocional e social dos sujeitos (FLORIANI *et al* s/d).

### 3 METODOLOGIA

#### 3.1 TIPO DE PESQUISA

Trata-se de uma pesquisa do tipo exploratória, com caráter descritivo e com abordagem quanti-qualitativa. Segundo Gil (2002) a pesquisa de cunho descritivo tem como principal finalidade descrever as características de uma população, de um fenômeno específico e ainda estabelecer relação entre variáveis.

Para Marconi e Lakatos (2003), a pesquisa exploratória consiste em uma investigação empírica que tem por objetivo a formulação de questionários ou de um problema, podendo ter três finalidades: trabalhar em cima de uma determinada hipótese, a fim de desenvolvê-la, aumentar o conhecimento e a familiaridade do pesquisador com determinado fato, ambiente ou fenômeno para futuramente ser possível a realização de uma pesquisa mais precisa ou ainda mudar e esclarecer conceitos.

As pesquisas de abordagem qualitativa não se preocupam com quantidades numéricas, mas com o aprofundamento na compreensão de determinado grupo a ser estudado. Este método busca esclarecer o porquê das coisas, no qual o objetivo da amostra é produzir dados aprofundados. Portanto, esta abordagem se preocupa com características reais que não podem ser quantificadas, tendo como norte a explicação e a compreensão da dinâmica das interações sociais (GERHARDT e SILVEIRA, 2009).

Na pesquisa de cunho quantitativo os resultados podem ser quantificados. Tendo como norte a objetividade e em perspectiva a ideia de que a realidade só pode ser entendida a partir da análise de dados brutos, ou seja, esse tipo de pesquisa utiliza da linguagem matemática para descrever o porquê de determinado fenômeno (GERHARDT e SILVEIRA, 2009).

#### 3.2 LOCAL DE PESQUISA

A pesquisa foi desenvolvida através de questionário virtual, disponibilizado via *on-line*, isto é, por meio da rede social *Instagram* através de questionário divulgado nos *stories* da conta pessoal da pesquisadora. A pesquisadora, num primeiro momento, 'postou' na rede social os objetivos, a finalidade, a justificativa e a

problemática da pesquisa, a fim de sensibilizar aqueles que se identificassem com tal estudo e se voluntariassem a participar. Depois do primeiro contato virtual, o *link* contendo o questionário foi disponibilizado, contendo o TCLE com marcação de concordância, seguido das questões da pesquisa. Os questionários foram respondidos também via *on-line*, pelo próprio *Google* formulários.

### 3.3 POPULAÇÃO E AMOSTRA

A população consiste em um grupo de objetos que têm em comum uma variável a ser investigada. Enquanto a amostra consiste apenas em uma parte da população que será de fato estudada, ou seja, a amostra é um conjunto de objetos significativos retirados da população.

Nesta pesquisa, a amostra foi, por sua vez, por conveniência, ou seja, aquela realizada por não saber o número da população do estudo, isto é, a quantidade de indivíduos envolvidos.

Sendo assim, a amostra do estudo foi composta por 34 sujeitos, independente do sexo, que se voluntariaram a participar da pesquisa e que passaram por algum procedimento estético (qualquer tratamento com objetivo de ganhos estéticos facial e/ou corporal) nos últimos 2 anos, visando compreender a influência dos procedimentos estéticos na autoestima e nas relações sociais dos sujeitos.

Os sujeitos que participaram do estudo se enquadram nos seguintes critérios de inclusão: o sujeito deve ter mais de 18 anos, ter realizado algum procedimento estético nos últimos dois anos, saber ler e escrever, se identificar com a proposta do estudo, estar esclarecido quanto a pesquisa e ter assim assinado o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (APÊNDICE A). Os critérios de exclusão subsidiarão os de inclusão.

### 3.4 INSTRUMENTOS DE COLETA DE DADOS

Segundo Marconi e Lakatos (2010) o questionário é um instrumento de coleta de dados constituído por uma série ordenadas de perguntas, que foram respondidas por escrito pelo participante da pesquisa, no qual geralmente essas perguntas são respondidas sem a presença do pesquisador. O questionário foi dado ao recebedor,

que depois de preenchido e respondido, foi devolvido para o pesquisador do mesmo modo.

O método utilizado na abordagem qualitativa foi a Análise de Conteúdo de Bardin e suas categorias. Para Bardin (2009), análise de conteúdo se trata de um conjunto de técnicas de análise que utiliza um processo sistemático e objetivo com a finalidade de esclarecer dúvidas e enriquecer a leitura de dados que se organiza em três etapas.

A primeira etapa, chamada de pré-análise, caracteriza-se pela organização do material, tornando-o operacional para análise. Na segunda fase, denominada exploração do material, são definidas categorias e identificadas unidades de registro e contexto nos documentos, para dessa forma, haja ou não a interpretação ou interferência do material. A terceira etapa é o tratamento dos resultados, interferência e interpretação, neste momento ocorre a condensação dos dados exigindo intuição, análise reflexiva e crítica do pesquisador. (BARDIN 2009).

Quanto a pesquisa quantitativa, Malhotra (2006) afirma que é uma “metodologia que procura quantificar os dados e, geralmente, aplica alguma forma de análise estatística”. O questionário é uma técnica que, segundo Cervo e Bervian (2002) é a mais usada para coletar dados, uma vez que possibilita medir com melhor exatidão os resultados almejados. Obtêm-se respostas às questões por uma fórmula, onde o participante preenche um conjunto de questões relacionadas ao problema central objeto de uma pesquisa.

Segundo GIL (2008), o questionário com perguntas abertas e fechadas pode ser definido como a técnica de investigação composta por um conjunto de questões que são submetidas a pessoas com o propósito de obter informações sobre conhecimentos, crenças, sentimentos, valores, interesses, expectativas, aspirações, temores, comportamento presente ou passado etc. (GIL, 2008, p. 121). Nas questões fechadas, é apresentado ao respondente um conjunto de alternativas para que este responda a que melhor lhe convier como resposta. Já nas perguntas abertas, apresenta-se a questão para que a pessoa possa responder livremente, sem restrições de opção. Sua principal vantagem é de não forçar o respondente a enquadrar sua percepção nas alternativas já predeterminadas (GIL, 2007).

A interação entre as pesquisas quantitativas e qualitativas tem sido vista como positiva por colaborar com o “[...] nível de credibilidade e validade aos resultados da pesquisa” (OLIVEIRA, 2010, p. 39).

### 3.5 PROCEDIMENTOS DE COLETA DE DADOS

O procedimento para coleta de dados foi formalizado após a aprovação do projeto no Comitê de Ética em Pesquisa - CEP da FACENE. O procedimento de coleta de dados iniciou-se em março de 2021.

Os sujeitos que aceitaram participar da pesquisa concordaram com o TCLE e responderam ao questionário. Foi levado em consideração os primeiros 34 sujeitos – que estavam dentro dos critérios de inclusão - que assinaram o TCLE para participar da pesquisa, além de que toda a interação foi mantida em sigilo e foi *on-line*. Após a concordância com o TCLE, as questões do estudo apareceram automaticamente no formulário. Os voluntários tiveram 1 semana para enviarem o formulário respondido. É importante salientar que a postagem dos objetivos da pesquisa foi pública, de maneira que, qualquer indivíduo que tenha a rede social *Instagram* teve acesso e pôde entrar em contato com o pesquisador para participar da pesquisa, no entanto a interação entre o pesquisador e o sujeito participante se deu, em um primeiro momento, pela rede social, porém todas as interações ocorreram via o Google Formulários.

### 3.6 ANÁLISE DE DADOS

Os dados quantitativos serão expressos em gráficos e valores em porcentagem, para melhor interpretação do pesquisador.

Na etapa qualitativa, a resposta dos pesquisados serão decolpadas, de acordo com o questionário, e posteriormente, o pesquisador associado transcreverá as respostas e logo depois extrairá as informações significativas e relevantes para o estudo. Para análise das informações qualitativas, será empregado o método da Análise de Conteúdo de Bardin.

### 3.7 ASPECTOS ÉTICOS

A presente pesquisa foi efetuada de maneira rígida dentro das normas e bióticos referentes à pesquisa com seres humanos, de forma que é assegurada

através da Resolução CNS 466/2012 e Resolução do Conselho Nacional de Saúde (CNS) 510 de abril de 2016, que determina a importância da assinatura do TCLE pelos referentes participantes da pesquisa, onde a partir disto, a pesquisa pode dar início (BRASIL, 2016).

A Resolução do Conselho Federal de Biomedicina - CFBM – nº 198/2011, que regulamenta o código de ética dos profissionais biomédicos, onde é descrita a importância da suspensão da pesquisa na possível existência de qualquer perigo à vida e à integridade da pessoa que se encontra no contexto da pesquisa (CONSELHO FEDERAL DE BIOMEDICINA, 2011). Também é feita de acordo com o protocolo institucional, de maneira que o estudo foi aprovado pelo CEP da FACENE aprovada pelo Comitê de Ética em Pesquisa sob Protocolo CEP: 11/2021 e CAAE: 43219021.6.0000.5179. O presente estudo também informou aos participantes que a pesquisa poderá apresentar risco de caráter mínimo, como constrangimento ao responder os questionamentos, tal fato foi minimizado considerando que a pesquisa foi realizada via *on-line*, ou seja, o questionário foi respondido via *Google* Formulário disponibilizado na rede social *Instagram*, porém, os benefícios superam os malefícios, pois a pesquisa esboçará um panorama relacionando a autoestima, as relações sociais e os procedimentos estéticos.

### 3.8 FINANCIAMENTO

Todos os gastos produzidos durante a construção desta pesquisa serão de incumbência da pesquisadora afiliada. A Faculdade Nova Esperança – FACENE - se encarregará pela disposição do orientador e banca examinadora juntamente com a disposição do acervo da biblioteca para utilização de referências, computadores e subsequente.



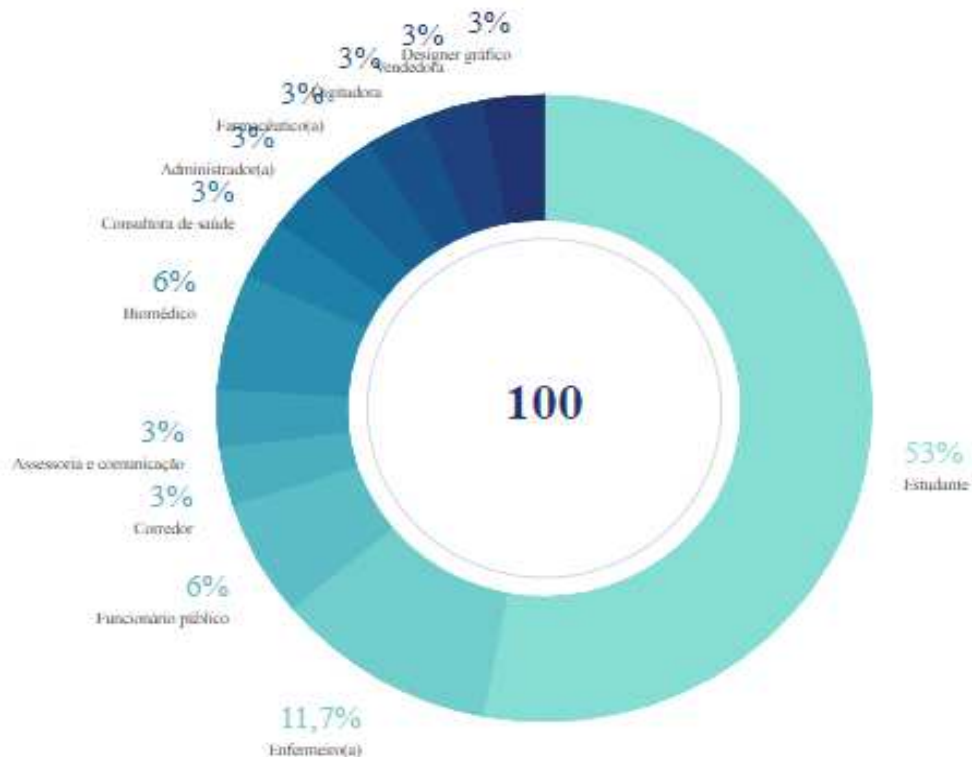
## 4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DE DADOS

Esta seção irá abordar sobre a coleta de dados, realizada no mês de março, sobre a influência dos procedimentos estéticos na autoestima e nas relações sociais dos sujeitos.

### 4.1 DADOS SOCIODEMOGRÁFICOS

Esta seção abordará de forma sucinta a análise dos dados sociodemográficos dos sujeitos entrevistados nesta pesquisa.

**Gráfico 1:** Atividade que exerce

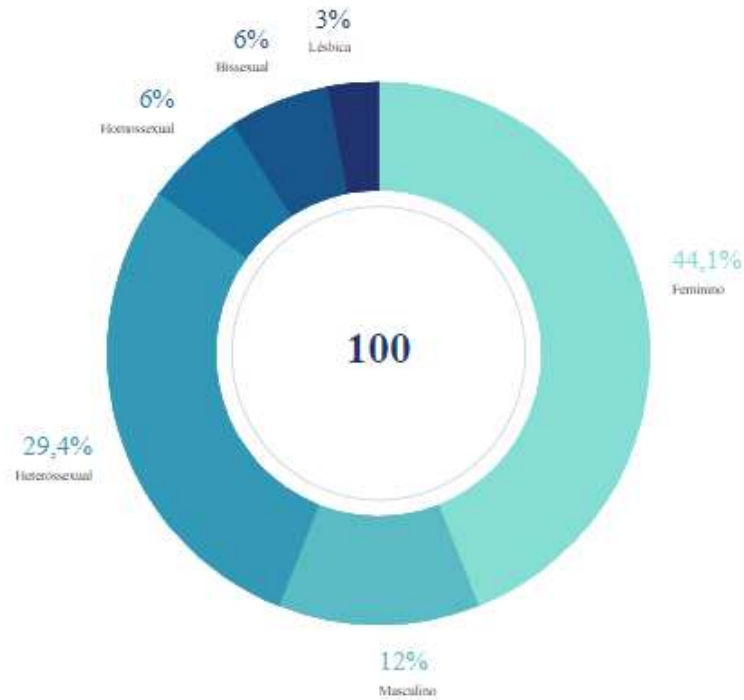


**Fonte:** Dados da pesquisa (2021).

De acordo com o gráfico 1, conclui-se que a maioria dos sujeitos que responderam ao questionário são estudantes (53%), seguido por enfermeiros (11%), funcionários públicos (6%) e biomédicos (6%). As demais áreas correspondem a (3%) dos entrevistados cada, são elas: corredor, assessoria e comunicação, consultor(a)

de saúde, administrador(a), farmacêutico(a), digitador(a), vendedor(a) e designer gráfico.

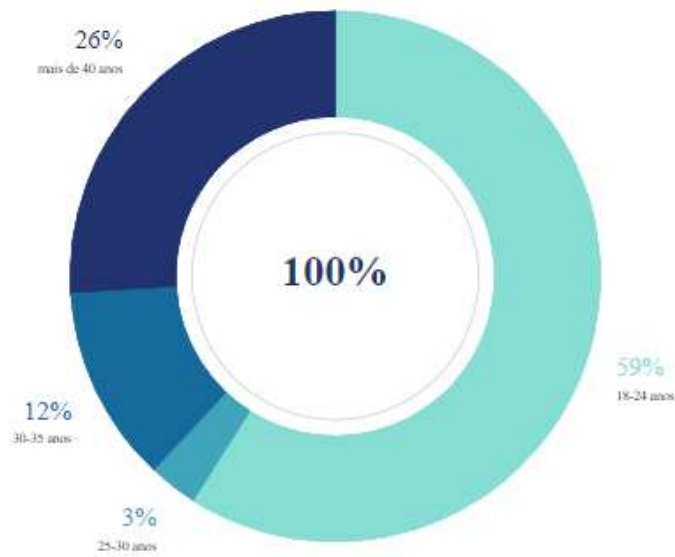
**Gráfico 2:** Gráfico 2: Identidade Sexual e/ou de gênero



**Fonte:** Dados da pesquisa (2021).

De acordo com o gráfico 2, conclui-se que a maioria dos sujeitos que responderam ao questionário são do sexo feminino (44,1%), em seguida o sexo masculino (12%), São heterossexuais (29,4%), homossexuais (6%), bissexuais (6%) e lésbicas (3%).

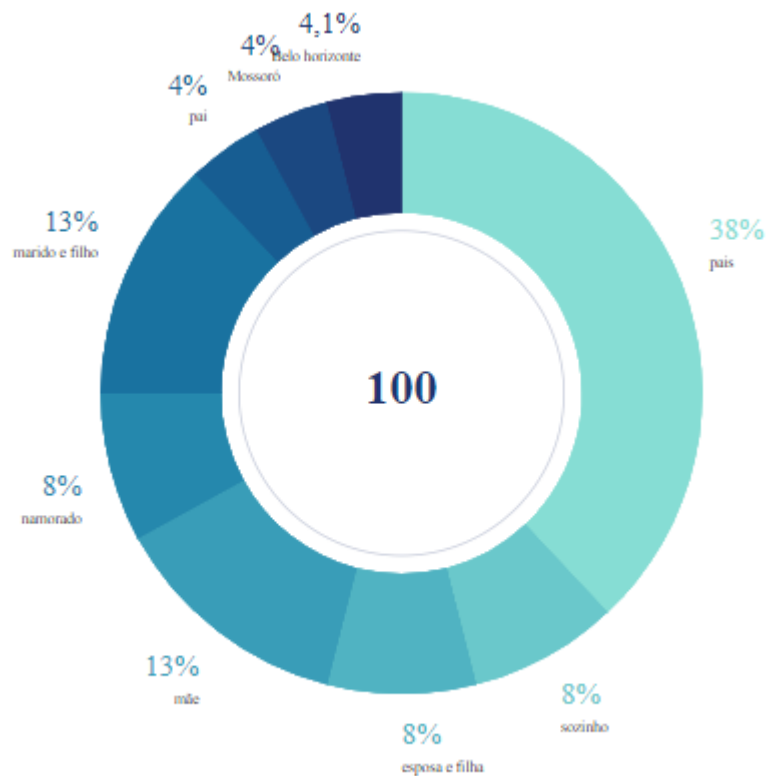
**Gráfico 3:** Idade



**Fonte:** Dados da pesquisa (2021).

De acordo com o gráfico 3, conclui-se que a maioria dos sujeitos que responderam ao questionário tem entre 18-24 anos (59%), enquanto (26%) tem 40 anos ou mais, (12%) tem de 30-35 anos e (3%) em de 20-25 anos.

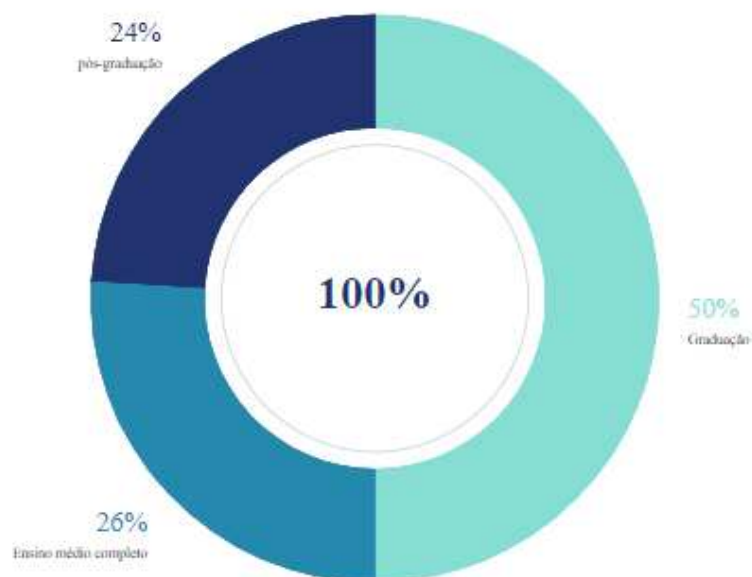
**Gráfico 4:** Com quem reside



**Fonte:** Dados da pesquisa (2021).

De acordo com o gráfico 4, conclui-se que a maioria dos sujeitos que responderam ao questionário (38%) moram com os pais, (13%) moram com a mãe, (13%) moram com marido e filho(s), (8%) moram sozinhos, (8%) moram com esposa e filho(a), (8%) moram com namorado(a), (4%) moram com o pai. Houveram duas respostas equivocadas em que (4%) respondeu que mora em Mossoró e (4%) reside em Belo Horizonte.

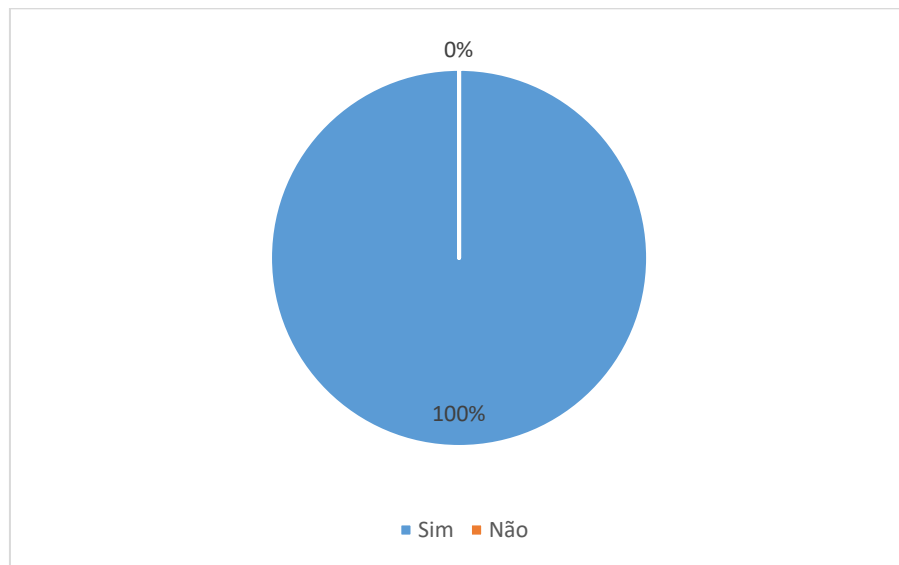
**Gráfico 5: Escolaridade**



**Fonte:** Dados da pesquisa (2021).

De acordo com o gráfico 5, conclui-se que a maioria dos sujeitos que responderam ao questionário (50%) está na graduação ou já é graduado, (26%) completou o ensino médio e (24%) está na pós-graduação ou já é pós-graduado.

**Gráfico 6:** Você realizou algum procedimento estético nos últimos 2 anos?  
Qual?



**Fonte:** Dados da pesquisa (2021).

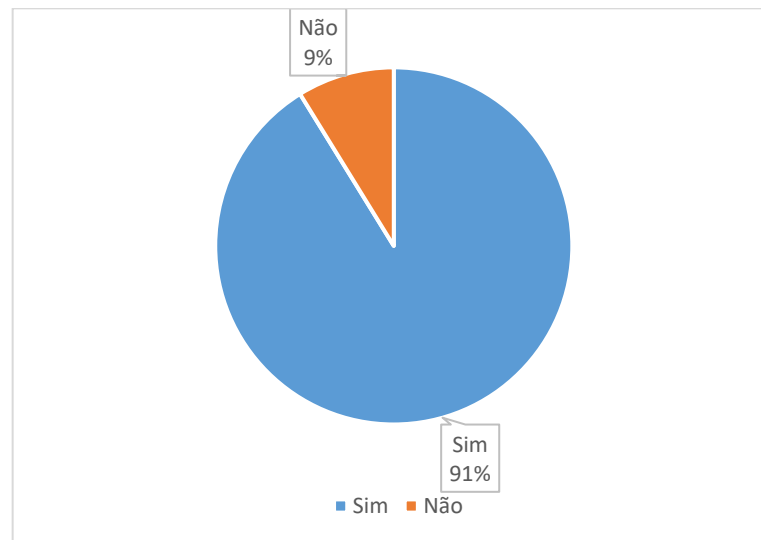
De acordo com o gráfico 6, conclui-se que todos os sujeitos que responderam ao questionário (100%) realizaram algum procedimento estético nos últimos dois anos, dentre os procedimentos realizados foram citados: limpeza de pele, bioestimulador, microagulhamento, botox, eletroterapia, lipoenzimática, acelerador metabólico, peelings, massagem linfática, massagem modeladora, prótese mamária, cirurgia íntima, harmonização facial, fios de sustentação, sculptr, skinbooster, criolipólise, spa detox, micropigmentação de sobancelha, hidrolipoclasia, gengivoplastia, tratamento dermatológico antiacnéico, abdominoplastia, lipoaspiração, depilação a laser, bioplastia nasal e micropigmentação labial.

#### 4.2 ANÁLISE QUANTITATIVA DOS DADOS

O método quantitativo tem a perspectiva de submeter os dados obtidos a uma análise estatística, podendo dessa forma quantificá-los. A partir dessa análise, é possível obter médias, desvio padrão, porcentagens, entre outros parâmetros que tornarão possível verificar a relevância estatística de tais dados (TEIXEIRA, 2003).

Os dados quantitativos serão expressos através de gráficos e porcentagens.

**Gráfico 7:** Você acredita que quanto maior a insatisfação com a aparência, menor será a autoestima?

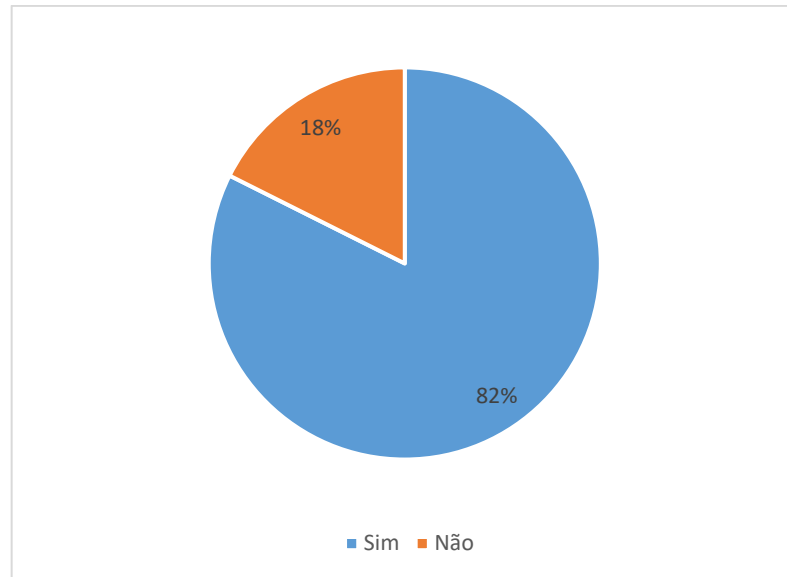


**Fonte:** Dados da pesquisa (2021).

De acordo com os dados obtidos no gráfico 6, a respeito da influência que a insatisfação com a própria aparência tem na autoestima, nesta pesquisa, indicam que (91%) dos sujeitos afirmaram que quanto maior a insatisfação com a aparência, menor será a autoestima, e (8%) afirmaram que não. Isso evidencia que a maioria dos sujeitos acreditam que a autoestima é codependente da satisfação com a aparência.

A autoestima pode ser compreendida como um compilado de atitudes que o sujeito tem sobre si, sendo construída pela forma que o sujeito se avalia, ou seja, ela consiste em opiniões, ideias e julgamentos tanto positivos, quanto negativos que o sujeito atribui a si. Portanto se houver algo que o incomode e/ou o deixe insatisfeito, a tendência é que sejam feitos julgamentos negativos sobre si, tendo como consequência a baixa estima (MOSQUERA e STOBAUS, 2006).

**Gráfico 8:** Você acredita que quanto menor a autoestima, maior será a propensão à busca por procedimentos estéticos?

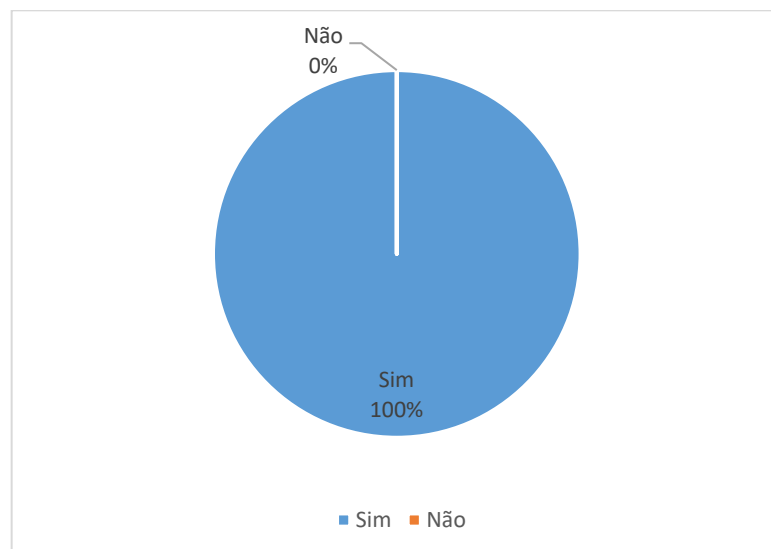


**Fonte:** Dados da pesquisa (2021).

Em análise ao gráfico 7, é notório que (82%) dos sujeitos que já realizaram algum procedimento estético acreditam que quanto menor a autoestima, maior será a propensão à busca por procedimentos estéticos. O restante, (18%) discordam.

A autoestima está diretamente relacionada com a aparência, tanto negativamente, quanto positivamente. Portanto pessoas que se preocupam em excesso com a aparência tendem a desenvolver baixa autoestima quando algo em sua fisionomia causa insatisfação, dessa forma a fim de resolver tal insatisfação, os sujeitos acabam se rendendo aos procedimentos estéticos (PINHEIRO *et al*, 2020).

**Gráfico 9:** Você acredita que o aumento da autoestima pode melhorar vários aspectos da vida profissional e pessoal?



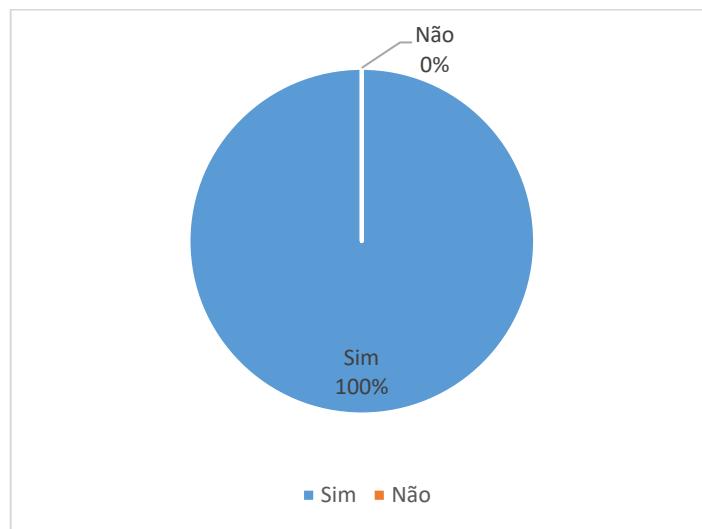
**Fonte:** Dados da pesquisa (2021).

De acordo com os dados do gráfico 8, conclui-se que todos os (100%) sujeitos que realizaram algum procedimento estético nos últimos 2 anos, nesta pesquisa, acreditam que o aumento da autoestima pode melhorar vários aspectos da vida profissional e pessoal.

A maneira como o sujeito se enxerga e se percebe na sociedade repercute fortemente na sua vida pessoal e profissional, uma vez que o que pensamos sobre nós mesmos influencia em como reagimos em certas situações sociais (ANDRADE e SOUZA, 2010).

Segundo Braden (1996), o que sentimos e pensamos de nós é um fator decisivo em todos os aspectos e situações que vivenciamos ao longo da vida (profissional, sentimental, familiar, etc.), pois nossas reações cotidianas são condicionadas pelo que e por quem achamos que somos.

**Gráfico 10:** Você acredita que o padrão de beleza, atualmente exposto na mídia, influencia na busca por procedimentos estéticos?



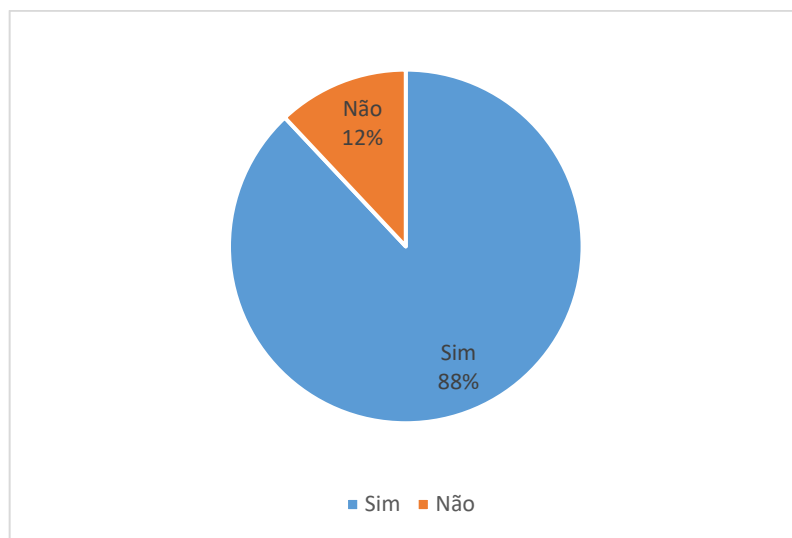
**Fonte:** Dados da pesquisa (2021).

Os dados encontrados no gráfico 9 evidencia que todos os (100%) sujeitos que realizaram algum procedimento estético nos últimos 2 anos, nesta pesquisa, acreditam que o padrão de beleza atualmente exposto na mídia, influencia na busca por procedimentos estéticos.



Atualmente a mídia é grande responsável pela transmissão cultural em geral, isso inclui hábitos, padrões de beleza e comportamentos a serem seguidos. A produção desses estereótipos de gêneros tem um cunho midiático que acaba por influenciar várias pessoas a reproduzir padrões estéticos e comportamentais, e na busca por tal adequação a procura por procedimentos estéticos pode ser uma das opções para alcançar determinado padrão (BARBOSA e SILVA, 2016).

**Gráfico 11:** Você já se sentiu insatisfeito(a) com sua aparência por causa de um corpo exibido na mídia como sendo o ideal ou o padrão a ser seguido?

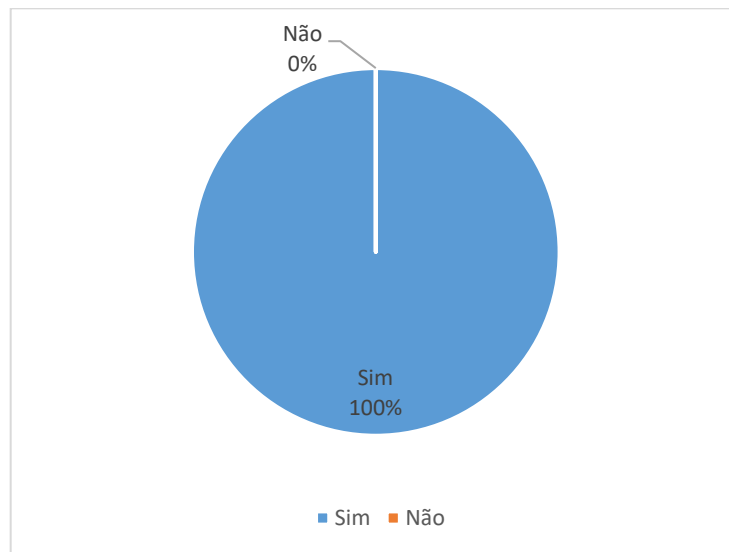


**Fonte:** Dados da pesquisa (2021).

De acordo com os dados do gráfico 10 conclui-se que (88%) dos sujeitos que realizaram algum procedimento estético nos últimos 2 anos, nesta pesquisa, já se sentiram insatisfeitos com sua aparência por causa de um corpo exibido na mídia como sendo o ideal ou o padrão a ser seguido, em contra partida apenas (12%) responderam que não.

A exposição de corpos tidos como perfeitos pela mídia tem grande impacto na percepção que o sujeito terá da sua autoimagem, uma vez que estes sentem-se cada vez mais pressionados a atender a exigência social e/ou midiática de seguir o padrão do corpo perfeito que é assiduamente difundido pela mídia. Dessa forma, esse é um fator que pode influenciar fortemente na insatisfação com a própria aparência, tal insatisfação pode ainda influenciar negativamente tanto na vida pessoal, quanto na vida profissional do sujeito (CASTRO *et al*, 2020).

**Gráfico 12:** Você acredita que o desejo de aceitação em grupos sociais pode influenciar na busca por procedimentos estéticos?

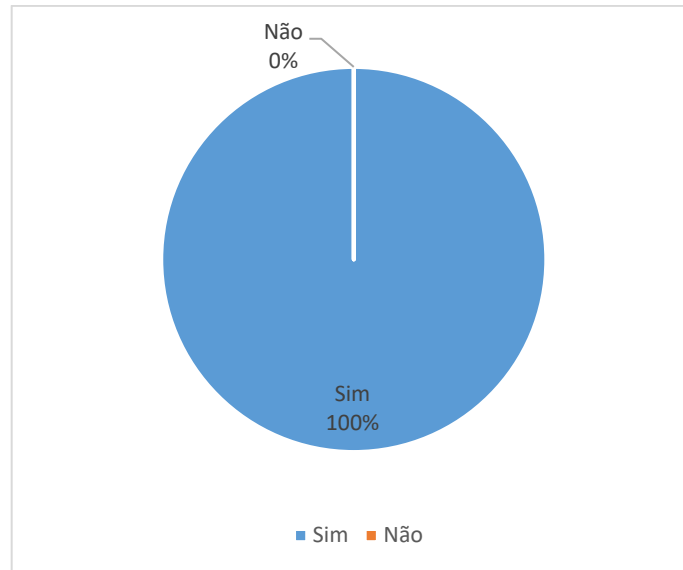


**Fonte:** Dados da pesquisa (2021).

De acordo com os dados do gráfico 11 conclui-se que todos os (100%) sujeitos que realizaram algum procedimento estético nos últimos 2 anos, nesta pesquisa, acreditam que o desejo de aceitação em grupos sociais pode influenciar na busca por procedimentos estéticos.

A sociedade hipermoderna é fortemente marcada pelo consumo e o narcisismo. Há uma grande paixão pelo novo que faz com que os sujeitos queiram consumir cada vez mais, para que possam se destacar no grupo a que pertencem a partir dos bens que consomem. O trickle effect descreve perfeitamente o que acontece na sociedade hipermoderna; fenômenos da moda e padrões são criados pela classe que está no topo da pirâmide e então essa tendência é difundida pelo efeito cascata, influenciando as classes subalternas e isso acontece pela busca de identificação com grupos sociais que o sujeito acredita ser superior a ele (OLIVEIRA e MORAES, 2008).

**Gráfico 13:** Você acredita que atualmente a sociedade rotula o corpo como um meio de conseguir status sociais, relacionamentos, empregos e amigos?



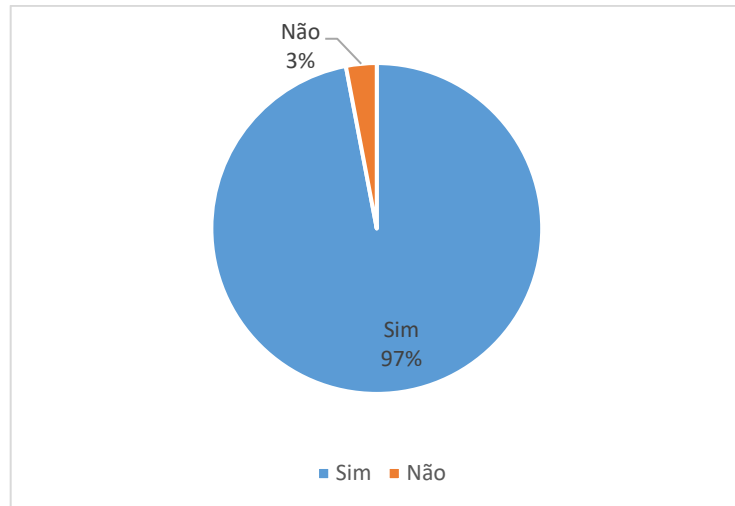
**Fonte:** Dados da pesquisa (2021).

De acordo com os dados do gráfico 12 conclui-se que todos os (100%) sujeitos que realizaram algum procedimento estético nos últimos 2 anos, nesta pesquisa, acreditam que atualmente a sociedade rotula o corpo como um meio de conseguir status sociais, relacionamentos, empregos e amigos.

O corpo atualmente é objeto mais capitalizado pela sociedade, ele é moldado, construído e exibido de acordo com a moda e o padrão de beleza imposto, ele deve ser alcançado a qualquer custo desde que esse capital tão valioso seja aumentado. É criada uma expectativa em relação ao corpo de que quanto mais próximo do padrão de beleza, maiores serão as chances de alcançar a felicidade pois acredita-se que o corpo ideal seja algo socialmente valorizado (CASTRO *et al*, 2020).

Sarturi e Cerqueira (2017) abordam um tema clássico na nossa sociedade que é o corpo magro; a mídia veicula a magreza como um meio para conseguir status social, felicidade na vida pessoal e ainda sucesso profissional e nos relacionamentos.

**Gráfico 14:** Você acredita que as mulheres sofrem mais influência da sociedade para encaixar-se em um padrão de beleza?

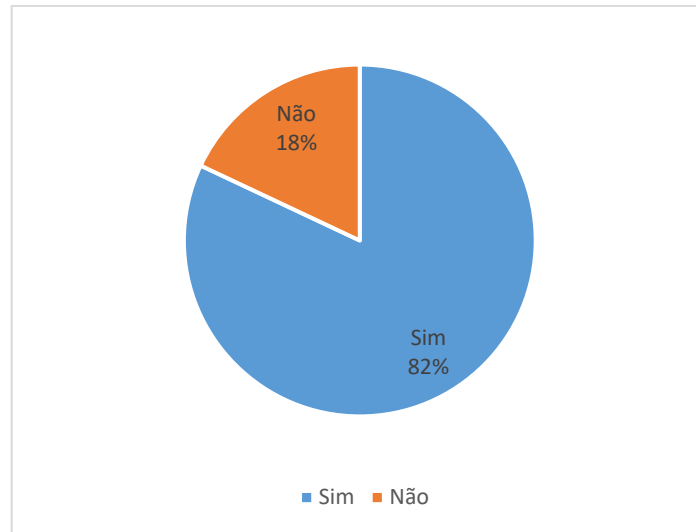


**Fonte:** Dados da pesquisa (2021).

Em análise ao gráfico 13, conclui-se que (97%) dos sujeitos que realizaram algum procedimento estético nos últimos 2 anos, nesta pesquisa, acreditam que as mulheres sofrem mais influência da sociedade para encaixar-se em um padrão de beleza, enquanto apenas (3%) discordaram.

A beleza feminina em geral é vista como uma obrigação cultural, desde as primeiras civilizações a imposição de padrões de beleza e comportamentos são feitas às mulheres. Ao decorrer dos anos a mídia juntamente com a cultura ainda vigente, continua exibindo as mulheres com o intuito de avigorar seus arquétipos; sempre mostrando corpos bem trabalhados ou medicalizados, com o intuito de corresponder o desejo de terceiros. Em uma visão mais atual nota-se um grande terrorismo contemporâneo para que exista essa busca constante pelo mito da beleza, onde isso deixa de ser apenas uma obrigação e torna-se também uma facilidade e que basta apenas querer encarná-la (NOVAES e VILHENA, 2003).

**Gráfico 15:** Você acredita que alguns homens desistem de realizar procedimentos estéticos por não querer ser rotulado como metrosssexual, pelo fato desse termo carregar consigo um certo preconceito?

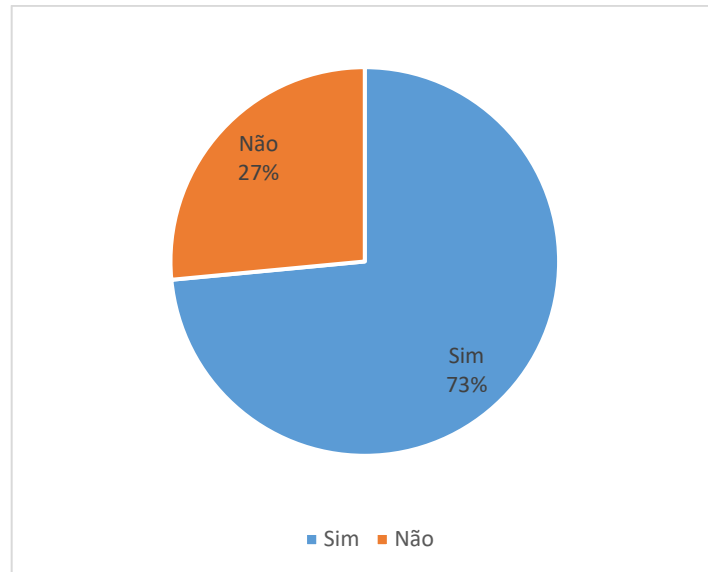


**Fonte:** Dados da pesquisa (2021).

Os dados obtidos a partir do gráfico 14 mostram que (82%) dos sujeitos que realizaram algum procedimento estético nos últimos 2 anos, nesta pesquisa, acreditam que alguns homens desistem de realizar procedimentos estéticos por não querer ser rotulado como metrossexual, pelo fato desse termo carregar consigo um certo preconceito, enquanto a minoria (18%) discordou.

Metrossexual é um termo atribuído aos homens que têm uma grande preocupação com a aparência e busca cuidar da mesma. Em sua grande maioria os homens assumem-se apenas como vaidosos e não como metrossexuais, pois têm receio do preconceito que esse termo ainda carrega consigo. Entretanto a metrossexualidade não relação alguma com gênero e/ou sexualidade, mas com um estilo de vida pessoal estético (MÁXIMO e LEITE, 2019).

**Gráfico 16:** Após a realização do(s) procedimento(s) estético(s) você se sentiu mais autoconfiante ao desenvolver relações sociais?



**Fonte:** Dados da pesquisa (2021).

Em análise ao gráfico 15, conclui-se que (73%) dos sujeitos que realizaram algum procedimento estético nos últimos 2 anos, nesta pesquisa, se sentiram mais autoconfiante ao desenvolver relações sociais, enquanto (27%) afirmaram que não se sentiram mais autoconfiantes.

Em geral quando o sujeito encontra sua melhor versão ao realizar algum procedimento estético, portanto sua autoestima tende a aumentar; uma vez que esta encontra-se elevada, a tendência é que a autoconfiança do indivíduo também aumente, dessa forma o sujeito conseguirá reconhecer suas qualidades e seu potencial dentro de um grupo social, sendo assim é esperado que o indivíduo se torne mais autoconfiante ao relacionar-se com outras pessoas e tenha sucesso em suas tentativas (FLORIANO *et al*, s/d).

#### 4.3 ANÁLISE QUALITATIVA DOS DADOS

Alicerçado na análise do discurso de Bardin, com a proposta do questionário semiestruturado, foram elaboradas três categorias de análise para a temática em questão. São elas: A realização de procedimentos estéticos e sua influência na autoestima e no desenvolvimento das relações sociais, Fatores que condicionam os sujeitos a realizar procedimentos estéticos e O preconceito que o público masculino sofre por buscar procedimentos estéticos.

#### **4.3.1 A realização de procedimentos estéticos e sua influência na autoestima e no desenvolvimento das relações sociais**

Os sujeitos entrevistados, em sua maioria relatam melhorias em sua autoestima, pois ao realizarem determinado procedimento estético conseguiram modificar o que lhe era incômodo em sua aparência, conseguindo assim chegar na sua melhor versão; e ainda relatam, em sua maioria, melhoria no desenvolvimento de suas relações sociais, isso se dá, principalmente, pelo aumento da autoestima e autoconfiança destes sujeitos, como podemos observar nas falas abaixo:

A minha decisão de me submeter a um procedimento estético foi além da insatisfação com meu corpo ou influência social. Tive que fazer uma cirurgia para corrigir uma diástase somou-se a isso a minha insatisfação com a flacidez abdominal, então optei pela abdominoplastia que resolveria os meus dois problemas. O fato é que influenciou sim na minha autoestima, porém não visualizei mudanças nas minhas relações sociais. S26

Sempre sofri preconceito por ter nariz negroide, por isso optei por fazer uma bioplastia nasal, após a realização do procedimento me senti mais confiante para tirar fotos por exemplo, que antes eu tinha vergonha. S6

A possibilidade de melhorar algo que eu achava que não estava bom, e o fato de atingir esse objetivo causou grande realização, alívio e gerou autoconfiança por estar me sentindo melhor com a minha aparência. S12

Os procedimentos estéticos influenciaram positivamente no meu desenvolvimento social, pois aumentaram a minha confiança em mim mesma, fazendo com que eu ampliasse a minha rede de contato social. S5

Influenciou positivamente na minha autoestima e nas minhas relações sociais, principalmente na minha segurança para manter contato visual

o que facilita uma maior conversação com as pessoas ao meu redor, que era algo que eu costumava evitar. S14

A autoestima vai compreender um conjunto de valores, que alicerça as atitudes que o sujeito terá em relação a si, e que serão “representados nas polaridades de auto-aceitação ou de auto-rejeição, de reconhecimento de capacidades ou de incapacidades, de sucesso ou de fracasso” (MIRANDA, 2007, pág.4) Dessa forma, o comportamento do sujeito em uma sociedade será moldado pela autoestima, que é construída a partir dos parâmetros supracitados.

#### **4.3.2 Fatores que condicionam o sujeito a realizar procedimentos estéticos**

Os sujeitos em sua maioria convergem suas respostas ao revelarem os fatores que condicionam os sujeitos a procurar por procedimentos estéticos, é citado com mais frequência a influência da mídia na exposição de padrões de beleza e a insatisfação com a aparência. Em segundo plano são citados ainda a baixa autoestima, a vontade de estar bem consigo e para os outros, a busca por rejuvenescimento, etc.

A insatisfação com o próprio corpo devido à pressão das mídias, mas também de familiares e amigos. Muitas vezes as pessoas depositam suas próprias inseguranças nos corpos alheios o que gera na pessoa que recebe esse discurso de ódio disfarçado de opinião a vontade de mudar e passa achar que o corpo está errado. S14

Insatisfação com algo na aparência muitas vezes ocasionada pelo padrão exposto, busca pelo rejuvenescimento, busca por uma auto estima elevada. S3

A pressão da sociedade por uma beleza estética bem vista, e nosso auto estima que se renova após a uma mudança que nos incomodava. S6



A baixa autoestima, a necessidade de ter um corpo padrão para desenvolver melhores relações. S10

A vontade de estar bem consigo e para os outros. S5

Quando o sujeito se encontra com a autoestima baixa, um dos primeiros pontos a serem alterados é a percepção da autoimagem e essa tornar-se-á negativa, o que acaba gerando uma autoinsatisfação muito grande no indivíduo em questão. Então, nesse contexto a decisão instintiva vai ser procurar meios de solucionar tal insatisfação e uma dessas opções é recorrer aos procedimentos estéticos, para se sentir com a autoestima elevada novamente (YAMASAKI *et al*, 2013).

#### **4.3.3 O preconceito que o público masculino sofre por buscar procedimentos estéticos**

Os sujeitos entrevistados, em sua maioria, concordam que os homens têm receio de realizar procedimentos estéticos por temer o preconceito e o julgamento que enfrentarão. Dentre as causas desse preconceito as respostas dos entrevistados convergem na pauta do machismo, pois o cuidado estético inicialmente era algo exigido apenas às mulheres, então quando os homens buscam por tais procedimentos, estes têm sua orientação sexual questionada.

O preconceito existe, porém, vejo uma mudança nesse cenário. Cada vez mais comum a entrada do homem nesse mercado, porém essa entrada tardia, na minha opinião, aconteceu devido a associação desse cuidado com a estética e a masculinidade frágil. A ideia de que o homem seria menos homem por não ter pelos, não ter mãos grossas, não possuir barba, arrumar a sobrancelha, além de outros procedimentos. S14

Infelizmente podem sofrer preconceito por causa da cultura do machismo enraizada na nossa sociedade, onde procedimentos estéticos são considerados de “mulherzinha”, algo que

consequentemente aumenta a pressão nas pessoas do gênero feminino, a necessidade de se enquadrar em um padrão. S5

como fomos criados em uma sociedade majoritariamente machista, muitos cidadãos tem uma visão equivocada e preconceituosa com aqueles que usufruem desses procedimentos, rotulando estes de homoafetivos e mexendo com a orientação/opção sexual. S13

O machismo enraizado na sociedade impõe que cuidar da aparência é uma coisa exclusivamente feminina. E, devido ao machismo, tudo que é considerado feminino, é considerado motivo de vergonha. S8

Muitas vezes sua sexualidade é questionada, tanto que tenho amigos que realizam procedimentos escondido. S23

A vaidade masculina não é algo novo, sempre existiu, porém, houve uma evolução mercadológica do homem. Inicialmente o ideal de masculinidade era baseada em valores medievais; atualmente os homens adentram cada vez mais no mercado da beleza e isso acaba gerando grande preconceito. Os sujeitos masculinos atualmente denominados metrossexuais acabam sofrendo preconceito por optarem por não viver a identidade masculina prescrita (BONOMO *et al*, 2008).

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa possibilitou avaliar a influência dos procedimentos estéticos na autoestima e nas relações sociais pelos sujeitos que realizaram procedimentos estéticos nos últimos dois anos. A sociedade na qual estamos inseridos valoriza cada vez mais as aparências, a padronização de corpos, rostos e comportamentos, isso ainda controla a vida de muitas pessoas que viraram reféns de tal influência. A realização de um procedimento estético vai além da mudança exterior do sujeito, as mudanças internas são consideravelmente percebidas, pois o sujeito passa a sentir-se bem consigo e isso acaba tendo um impacto positivo em todos os âmbitos de sua vida, principalmente no desenvolvimento de suas relações sociais.

A curiosidade do tema surgiu em uma reunião, em que minha orientadora e eu estávamos em busca de um tema e achamos um ponto em comum, um tema que ambas gostamos, que é a estética. Levantamos questionamentos sobre quais transformações tais procedimentos poderiam trazer na vida do sujeito, quais os motivos que levavam o sujeito a submeter-se a tais procedimentos, entre outros questionamentos que nos ajudassem a compreender a influência dos procedimentos estéticos na autoestima e nas relações sociais destes sujeitos.

Os levantamentos feitos no período da coleta de dados apontam que a realização de procedimentos estéticos influencia na autoestima e nas relações sociais dos sujeitos; pois a realização destes promove aumento da autoestima, melhora positivamente a autoimagem e aumenta a autoconfiança do sujeito. Dessa forma, a hipótese 1, levantada no início deste estudo, foi confirmada: Os procedimentos estéticos influenciam na autoestima dos sujeitos o que pode interferir nas relações sociais destes.

Os sujeitos entrevistados demonstram, em sua maioria, que sua autoestima foi elevada após a realização dos procedimentos estéticos e que isso acarretou maior segurança e autoconfiança, o que possibilitou melhora no desenvolvimento de relações sociais.

É importante salientar que todos os entrevistados deste estudo realizaram algum procedimento estético nos últimos dois anos, isso dá total propriedade para que estes relatem, por experiência própria, quais mudanças aconteceram após a realização de determinado procedimento.

O objetivo foi alcançado, pois conseguimos compreender a influência dos procedimentos estéticos na autoestima e nas relações sociais dos sujeitos. Assim, apesar das dificuldades enfrentadas no decorrer da construção da monografia, a apreciação das respostas nos faz refletir acerca da influência dos procedimentos estéticos na autoestima e nas relações sociais dos sujeitos, não só, mas também, sobre as ideologias de gênero quanto aos procedimentos estéticos e os fatores que condicionam os sujeitos a se submeterem aos procedimentos estéticos.

De fato, não foi uma pesquisa fácil, pois estamos em um contexto incomum, que é a pandemia, então a coleta de dados teve de ser feita inteiramente *on-line*, somou-se a isso a demora do CEP na aprovação da pesquisa, esta demorou dois meses para ser aprovada, o que acabou atrasando a coleta de dados.

Assim, conclui-se que a realização de procedimento estéticos vai além da mudança exterior do sujeito, pois é capaz de proporcionar várias mudanças positivas na vida do sujeito. Sugere-se então que a instituição incentive pesquisas que avaliem a eficácia dos procedimentos estéticos no âmbito de cuidados paliativos, pois seria uma pesquisa que traria dados significativos e que provavelmente corroborariam com os dados desta.

## REFERÊNCIAS

AGUILERA, Juliana et al. Minha Beleza é Minha: A influência exercida pelas mídias sobre a imagem feminina. In: Prêmio Expocom, 23, 2016, [s.i.]. **Anais...** [s.i.]: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2016. P. 1-8. Disponível em:

<https://www.portalintercom.org.br/anais/sudeste2016/expocom/EX53-0953-1.pdf>.

Acesso em: 17 out. 2020.

ANDRADE, Edson Ribeiro de; SOUZA, Edinilsa Ramos de. Autoestima como expressão de saúde mental e dispositivo de mudanças na cultura organizacional da polícia. **Psicol. clin.**, Rio de Janeiro, v. 22, n. 2, p. 179-195, 2010. Disponível em

<[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0103-](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-56652010000200012&lng=pt&nrm=iso)

[56652010000200012&lng=pt&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-56652010000200012&lng=pt&nrm=iso)>. Acesso

em 07 abr. 2021. <https://doi.org/10.1590/S0103-56652010000200012>.

BACCOLI, Babieli Corsini *et al.* PRÁTICA ESTÉTICA E A AUTOESTIMA DE PACIENTES EM TRATAMENTO ONCOLÓGICO. **Revista da Universidade Vale do Rio Verde**, [Três Corações - Minas Gerais], v. 16, p. 1-10, ago./dez. 2018.

Disponível em:

[http://periodicos.unincor.br/index.php/revistaunincor/article/view/4546/pdf\\_838](http://periodicos.unincor.br/index.php/revistaunincor/article/view/4546/pdf_838).

Acesso em: 23 set. 2020.

BARBOSA, Bruno Rafael Silva Nogueira; SILVA, Lionel Vieira da. A mídia como instrumento modelador de corpos: um estudo sobre gênero, padrões de beleza e hábitos alimentares. **Razón y Palabra**, Quito, Ecuador, v. 20, núm. 94, p. 672-687, set./dez. 2016. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/1995/199547464041.pdf>.

Acesso em: 02 abr. 2021.

BARROS, Mateus Domingues de; OLIVEIRA, Rita Patrícia Almeida de. Tratamento estético e o conceito do belo. **Caderno de Graduação: Ciências Biológicas E Da Saúde**, Pernambuco, p. 65-74, jun. 2017. Disponível em:

<https://periodicos.set.edu.br/facipesaude/article/view/4064/2379>. Acesso em: 17 set. 2020.

BATALINI, Beatriz Rodrigues et al. **A influência da mídia nos padrões de beleza atuais**. s/d. Disponível em:

<http://inter temas.toledoprudente.edu.br/index.php/ETIC/article/download/3307/3058>. Acesso em: 17 out. 2020.

BONOMO, Mariana *et al.* HOMENS: GÊNERO E IDENTIDADE EM GRUPOS TRADICIONAIS, METROSSEXUAIS E HOMOSSEXUAIS NO BRASIL. **Revista Electrónica de Psicología Política**, [s. ], n. 17, p. 1-22, 17 ago. 2008. Disponível em: <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/repp/v6n17/v6n17a04.pdf>. Acesso em: 10 abr. 2021.

BRANDEN, Nathaniel. **Auto-estima**: como aprender a gostar de si mesmo. [S.l.]: Saraiva, 1996. 143 p. Disponível em:

<https://docero.com.br/doc/n50x5#:~:text=AUTO%2DESTIMA%3A%20Como%20aprender%20a,modo%20como%20atuamos%20como%20pais%2C>. Acesso em: 01 abr. 2021.

BRITO, Lilian de Cássia Mantovani; REIS, Yara Prado Barolli. **Tratamentos estéticos para o público masculino**. 2016. Disponível em:

<http://repositorio.unis.edu.br/handle/prefix/543>. Acesso em: 08 out. 2020.

CASSIMIRO, Érica Silva et al. As concepções de corpo construídas ao longo da história ocidental: da grecia antiga à contemporaneidade. **Revista Eletrônica Print By**, São João Del-Rei/mg, p. 61-79, 2012. Disponível em:

[https://www.ufsj.edu.br/portal2-repositorio/File/revistametanoia/4\\_GERALDO\\_CONFERIDO.pdf](https://www.ufsj.edu.br/portal2-repositorio/File/revistametanoia/4_GERALDO_CONFERIDO.pdf). Acesso em: 18 set. 2020.

CASTRO, Anny Pereira de *et al.* **Os Impactos da Mídia na Imagem Corporal**. 2020. 13 f. TCC (Graduação) - Curso de Psicologia, Centro Universitário de Várzea Grande - Univag, Várzea Grande, 2020. Disponível em:

<http://www.repositoriodigital.univag.com.br/index.php/Psico/article/viewFile/605/602>.  
Acesso em: 05 abr. 2021.

FERNANDES FILHO, Aurivar. Breve Histórico da Beleza Masculina. **Udesc**: Modapalavra E-periódico, [S.L.], p. 59-79, jul./dez. 2010. Disponível em: <http://www.revistas.udesc.br/index.php/modapalavra/article/download/7941/5487>. Acesso em: 29 set. 2020.

FERREIRA, Francisco Romão. Cirurgias estéticas, discurso médico e saúde. **Ciência & Saúde Coletiva**, [S.L.], v. 16, n. 5, p. 2373-2382, maio 2011. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/s1413-81232011000500006>. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/csc/v16n5/a06v16n5.pdf>. Acesso em: 15 out. 2020.

FERREIRA, Juliana Barros et al. QUALIDADE DE VIDA, IMAGEM CORPORAL E SATISFAÇÃO NOS TRATAMENTOS ESTÉTICOS. **Revista Pesquisa em Fisioterapia**, [S.L.], v. 6, n. 4, p. 402-410, 25 nov. 2016. Escola Bahiana de Medicina e Saude Publica. <http://dx.doi.org/10.17267/2238-2704rpf.v6i4.1080>. Disponível em: <https://www5.bahiana.edu.br/index.php/fisioterapia/article/download/1080/742>. Acesso em: 26 out. 2020.

FLORIANI, Flavia Monique *et al.* **Auto-estima e auto-imagem: a relação com a estética**. s/d. Disponível em: [https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/44894019/Auto\\_estima\\_e\\_Auto\\_imagem.pdf?1461093925=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DAUTO\\_ESTIMA\\_E\\_AUTO\\_IMAGEM\\_A\\_RELACAO\\_COM.pdf&Expires=1617562508&Signature=c8iilsnJl6i28NiaofNGRRuVYmSi7gVEqFMRKxKmlCalOvRko6DvJTPzndT7m4npPooQEj4PGMIakanq2nGRkaD27w-HwxBMMnGBpiOqD60hpWHkNAsguiNaKv5iHMPnWyvfPNrM9n9GJr9cUQsMrzrfKo5YFwv~qOraFM9Lyh2C5PnVsRnTYL3Auh7oHZ~dpE5BOwEfM1Ewp3gNS~ig1XULadN00HbBNSPmC6Br3cOC~-4TU3HjQN0feyif4P19Nmvmx1SITQkfcV9~-WhP6eH4o1iDiWIJRud7ztvdKu5mwyh16qXDpBWS1wEGMZyC1qGPXsHqtePWj-X-lxHZJA\\_\\_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/44894019/Auto_estima_e_Auto_imagem.pdf?1461093925=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DAUTO_ESTIMA_E_AUTO_IMAGEM_A_RELACAO_COM.pdf&Expires=1617562508&Signature=c8iilsnJl6i28NiaofNGRRuVYmSi7gVEqFMRKxKmlCalOvRko6DvJTPzndT7m4npPooQEj4PGMIakanq2nGRkaD27w-HwxBMMnGBpiOqD60hpWHkNAsguiNaKv5iHMPnWyvfPNrM9n9GJr9cUQsMrzrfKo5YFwv~qOraFM9Lyh2C5PnVsRnTYL3Auh7oHZ~dpE5BOwEfM1Ewp3gNS~ig1XULadN00HbBNSPmC6Br3cOC~-4TU3HjQN0feyif4P19Nmvmx1SITQkfcV9~-WhP6eH4o1iDiWIJRud7ztvdKu5mwyh16qXDpBWS1wEGMZyC1qGPXsHqtePWj-X-lxHZJA__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA). Acesso em: 26 out. 2020.

FRAGA, Melina Costa Lima; SOUZA, Ana Paula Abrahamian de. Uma análise da produção discursiva generificada no “escola sem partido”. **Cadernos de Pesquisa**, [S.L.], v. 50, n. 176, p. 375-395, jun. 2020. FapUNIFESP (SciELO).

<http://dx.doi.org/10.1590/198053147040>. Disponível em:

<https://www.scielo.br/pdf/cp/v50n176/1980-5314-cp-50-176-375.pdf>. Acesso em: 15 nov. 2020.

FRAGA, Paulo Denisar. Sobre Cinema e Educação estética. **Revista Espaço Acadêmico**, [S.I.], p. 16-22, out. 2012. Mensal. Disponível em:

<http://periodicos.uem.br/ojs/index.php/EspacoAcademico/article/view/16392>. Acesso em: 15 out. 2020.

GIL, Antonio Carlos. **Como Elaborar Projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas S. A., 2002. 176 p. Disponível em:

[http://www.uece.br/nucleodelinguasitaperi/dmdocuments/gil\\_como\\_elaborar\\_projeto\\_de\\_pesquisa.pdf](http://www.uece.br/nucleodelinguasitaperi/dmdocuments/gil_como_elaborar_projeto_de_pesquisa.pdf). Acesso em: 28 out. 2020.

GONÇALVES, João Pedro Reis Veloso. **A Farmácia e a cosmética no século XIX em Portugal**. 2013. 95 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Ciências Farmacêuticas, Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, Lisboa, 2013. Disponível em: <http://recil.grupolusofona.pt/handle/10437/4366>. Acesso em: 12 out. 2020.

GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo. **Métodos de pesquisa**. Porto Alegre: Ufrgs, 2009. 121 p. Disponível em:

<https://books.google.com.br/books?id=dRuzRyElzmkC&lpg=PA9&ots=93ObX2nnGI&dq=metodos%20de%20pesquisa&lr&hl=pt-BR&pg=PP1#v=onepage&q&f=false>.

Acesso em: 28 out. 2020.

INTERNATIONAL SOCIETY OF AESTHETIC PLASTIC SURGERY (ISAPS). **Mais recente estudo internacional demonstra crescimento mundial em cirurgia estética**:

Estados Unidos, Brasil, Japão, Itália e México continuam realizando o maior número de procedimentos. Nova York, 01 nov. 2018. Disponível em:



<https://www.isaps.org/wp-content/uploads/2018/11/2017-Global-Survey-Press-Release-br.pdf>. Acesso em: 18 set. 2020

JUSTO, M. V. de O. (2010). **Trailer:** Cinema e Publicidade em um só produto. *Anagrama*, 3(3), 1-17. Recuperado de <https://www.revistas.usp.br/anagrama/article/view/35438>. Acesso em: 28 out. 2020.

KNOPP, Glauco. A influência da mídia e da indústria da beleza na cultura de corpolatria e na moral da aparência na sociedade contemporânea. In: **ENECULT** - Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura, 4, 2008, Salvador. Anais... Salvador: Faculdade de Comunicação/UFBa, 2008. P. 1-13. Disponível em: <http://www.cult.ufba.br/enecult2008/14415.pdf>. Acesso em: 20 out. 2020.

MACIEL, Thaís Rocha. **Marilyn Monroe:** Contribuições para o padrão de beleza e para a vestimenta da mulher norte-americana da década de 1950. 2017. 19 f. Artigo (Graduação em Design-moda)-Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2017. Disponível em: <http://www.repositorio.ufc.br/handle/riufc/27171>. Acesso em: 22 out. 2020.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos da Metodologia Científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas S. A., 2003. 310 p.

MÁXIMO, Aryane Ribeiro; LEITE, Ramon Silva. A identidade metrossexual de homens consumidores de produtos de beleza. **Comunicação & Mercado/unigran**, Dourados - Ms, v. 06, p. 89-101, jan./jun. 2019. Disponível em: [https://www.researchgate.net/profile/Aryane\\_Maximo2/publication/338582957\\_A\\_identidade\\_metrossexual\\_de\\_homens\\_consumidores\\_de\\_produtos\\_de\\_beleza/links/5e1df28d45851536bfe62d24/A-identidade-metrossexual-de-homens-consumidores-de-produtos-de-beleza.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Aryane_Maximo2/publication/338582957_A_identidade_metrossexual_de_homens_consumidores_de_produtos_de_beleza/links/5e1df28d45851536bfe62d24/A-identidade-metrossexual-de-homens-consumidores-de-produtos-de-beleza.pdf). Acesso em: 20 set. 2020.

MIRANDA, Simão Francisco de. AFETO E AUTO-ESTIMA NAS RELAÇÕES INTERATIVAS EM INÍCIO DE ESCOLARIZAÇÃO. **Linhas Críticas**, Brasília, v. 13, n. 25, p. 299-310, jul./dez. 2007. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/1935/193517393003.pdf>. Acesso em: 09 abr. 2021.

MORETTIN, Eduardo. Uma história do cinema: movimentos, gêneros ,diretores. In: NAPOLITANO, Marcos; FUSARI, José Cerchi; MORETTIN, Eduardo; RAMOS, Eduardo. **Caderno de cinema do professor dois**. São Paulo: Alameda, 2007. p. 01-93. Disponível em: [http://culturacurriculo.fde.sp.gov.br/administracao/Anexos/Documentos/320090708123643caderno\\_cinema2\\_web.pdf#page=25](http://culturacurriculo.fde.sp.gov.br/administracao/Anexos/Documentos/320090708123643caderno_cinema2_web.pdf#page=25). Acesso em: 20 out. 2020.

MOSQUERA, Juan José Mouriño; STOBASUS, Claus Dieter. AUTO-IMAGEM, AUTO-ESTIMA E AUTO-REALIZAÇÃO: QUALIDADE DE VIDA NA UNIVERSIDADE. **Psicologia, Saúde & Doenças**, [s. l.], p. 83-88, 2006. Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=36270106>. Acesso em: 31 mar. 2021.

NOVAES, Joana V.; VILHENA, Junia de. DE CINDERELA A MOURA TORTA: SOBRE A RELAÇÃO MULHER, BELEZA E FEIÚRA. **Interações**, São Paulo, v. 8, n. 15, p. 9-36, jan./jun. 2003. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/354/35401502.pdf>. Acesso em: 08 abr. 2021.

OLIVEIRA, Bernardo Jefferson de. Cinema e imaginário científico. **História, Ciências, Saúde-Manguinhos**, [S.L.], v. 13, n. , p. 133-150, out. 2006. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/s0104-59702006000500009>. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/hcsm/v13s0/08.pdf>. Acesso em: 18 out. 2020.

OLIVEIRA, Nucia Alexandra Silva de. **As páginas da beleza...: as representações sobre a beleza feminina na imprensa (1960/1980)**. 2001. 164 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de História, Departamento de História, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2001. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/80399>. Acesso em: 07 out. 2020.

OLIVEIRA, Priscilla Leal de; MORAES, Maria Flávia Vanucci. **A Importância da Aparência na Sociedade Hipermóderna e o Papel dos Produtos Nesse Contexto**. 2008. 5 f. TCC (Graduação) - Curso de Desenho Industrial, Universidade de Palermo, Buenos Aires, 2008. Disponível em:

[https://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/encuentro2007/02\\_auspicios\\_publicaciones/actas\\_diseno/articulos\\_pdf/A133.pdf](https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/encuentro2007/02_auspicios_publicaciones/actas_diseno/articulos_pdf/A133.pdf). Acesso em: 06 abr. 2021.

PAIXÃO, Jairo Antônio da *et al.* Alterações corporais como fenômeno estético e identitário entre universitárias. **Saúde em Debate**, [S.L.], v. 38, n. 101, p. 267-276, 2014. GN1 Genesis Network. <http://dx.doi.org/10.5935/0103-1104.20140024>. Disponível em: <https://www.scielo.org/pdf/sdeb/2014.v38n101/267-276/pt>. Acesso em: 24 out. 2020.

PARISOTTO, Giovanna Chaves. As vênus do renascimento. In: **Encontro Nacional de Estudos da Imagem**, 2., 2009, Londrina. Anais... Londrina, [s.n.] 2009. P. 774-785. Disponível em: [http://www.uel.br/eventos/eneimagem/anais/trabalhos/pdf/Parisotto\\_Giovanna%20Chaves.pdf](http://www.uel.br/eventos/eneimagem/anais/trabalhos/pdf/Parisotto_Giovanna%20Chaves.pdf). Acesso em: 08 out. 2020.

PEREIRA, Amanda Fernandes *et al.* **Autoestima e bem-estar pós-tratamentos de rejuvenescimento facial**. 2018. 29 f. TCC (Graduação) - Curso de Tecnologia em Cosmetologia e Estética, Universidade do Sul de Santa Catarina (Unisul), Santa Catarina, 2018. Disponível em: <https://riuni.unisul.br/bitstream/handle/12345/6803/TCC%20%20VERSAO%20FINAL%20RIUNI%20PDF.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 19 set. 2020.

PEREIRA, Valdézia. **Estética e imagem: onde reside a beleza?** s/d. Disponível em: [http://paginas.unisul.br/agcom/revistacientifica/artigos\\_2008b/valdezia\\_pereira.pdf](http://paginas.unisul.br/agcom/revistacientifica/artigos_2008b/valdezia_pereira.pdf). Acesso em: 04 out. 2020.

PIMENTA, Scyla P. C.. Reflexões sobre corporeidade e padrões de beleza a partir de Merleau-Ponty. **Revista de História** - Universidade Federal da Bahia, Bahia, v. 4, p. 133-145, 2012. Disponível em: <https://portalseer.ufba.br/index.php/rhufba/article/view/28208/16731>. Acesso em: 15 set. 2020.

PINHEIRO, Talita de Albuquerque *et al.* **RELAÇÃO DOS PROCEDIMENTOS ESTÉTICOS COM SATISFAÇÃO DA AUTOIMAGEM CORPORAL E AUTOESTIMA**

DE MULHERES. **Revista Cathedral**, v. 2, n. 1, 11 fev. 2020. Disponível em <http://cathedral.ojs.galoa.com.br/index.php/cathedral/article/view/106>.

PONCHIO, Mateus Canniatti et al. Fatores determinantes da propensão ao consumo de cirurgias plásticas estéticas. **Revista Brasileira de Marketing**, São Paulo, v. 12, n. 4, p. 44-63, out./dez. 2013. Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=471747654003>. Acesso em: 22 out. 2020.

RIBEIRO, Isar Naves de Souza et al. O uso da toxina botulínica tipo “a” nas rugas dinâmicas do terço superior da face. **Revista da Universidade Ibirapuera**, Ibirapuera, v. 7, p. 31-37, jan./jun. 2014. Disponível em: <http://www.revistaunib.com.br/vol7/03.pdf>. Acesso em: 12 out. 2020.

RODRIGUES, Eliegrete de Carvalho; VITORINO, Keila de Assis. **Uso de ácido hialurônico para fins cosmetológicos e suas implicações: revisão da literatura**. 2019. 36 f. TCC (Graduação) - Curso de Farmácia, Faculdade de Educação e Meio Ambiente – Faema, Ariquemes, 2019. Disponível em: <http://repositorio.faema.edu.br/bitstream/123456789/2606/1/TCC%20GRETE.pdf>. Acesso em: 13 out. 2020.

SANTOS, Adriana Aparecida dos. A Influência da autoestima No Processo de ensino- Aprendizagem Na Educação Infantil. **Revista Gestão Universitária**, [S.L.], p. 1-8, 25 abr. 2017. Disponível em: <http://gestaouniversitaria.com.br/artigos/a-influencia-da-autoestima-no-processo-de-ensino-aprendizagem-na-educacao-infantil>. Acesso em: 20 set. 2020.

SARTURI, Letícia; CERQUEIRA, Carla. Mulheres, empoderamento e autoestima: a influência dos blogs de moda na identidade plus size. **Gênero & Direito**, [S.L.], v. 6, n. 1, p. 115-142, 30 nov. 2017. Portal de Periodicos UFPB. <http://dx.doi.org/10.22478/ufpb.2179-7137.2017v6n1.35626>. Disponível em: [https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/55144/1/2017\\_Sarturi\\_Cerqueira\\_mulheres.pdf](https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/55144/1/2017_Sarturi_Cerqueira_mulheres.pdf). Acesso em: 24 out. 2020.

SOKOLOSKI, Maria Elisa **do pó de arroz ao photoshop**. Razón y Palabra [en línea]. 2010, (74), [fecha de Consulta 14 de Noviembre de 2020]. ISSN:. Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199516111012>. Acesso em: 23 out. 2020.

TEIXEIRA, Enise Barth. A Análise de Dados na pesquisa Científica: importância e desafios em estudos organizacionais. **Desenvolvimento em Questão**, [S. l.], v. 1, n. 2, p. 177–201, 2011. DOI: 10.21527/2237-6453.2003.2.177-201. Disponível em: <https://revistas.unijui.edu.br/index.php/desenvolvimentoemquestao/article/view/84>. Acesso em: 7 abr. 2021.

TIBURI, Marcia. **Toda beleza é difícil**: esboço de crítica sobre as relações entre a metafísica, estética e mulheres na filosofia. Esboço de crítica sobre as relações entre a metafísica, estética e mulheres na filosofia. S/d. Disponível em: <http://www.antroposmoderno.com/word/tobedif.doc>. Acesso em: 02 out. 2020.

VIANA, José Gevílido; SILVA, Francisco Paulo da. **O corpo em revista**: mídia, corpo masculino e modos de subjetivação. 2010. 248 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Letras, Universidade do Estado do Rio Grande do Norte – Uern Campus Avançado “Profa Maria Elisa de Albuquerque Maia” – Cameam, Pau dos Ferros, 2010. Disponível em: [http://www.uern.br/controladepaginas/ppgl-dissertacoes-defendidas-2010/arquivos/0720dissertacao\\_gevildo\\_viana.pdf](http://www.uern.br/controladepaginas/ppgl-dissertacoes-defendidas-2010/arquivos/0720dissertacao_gevildo_viana.pdf). Acesso em: 21 out. 2020.

VIEIRA, Camilla Araújo Lopes; BOSI, Maria Lúcia Magalhães. Corpos em confecção: considerações sobre 843 os dispositivos científico e midiático em revistas de beleza feminina. **Physis: Revista de Saúde Coletiva**, Rio de Janeiro, p. 843-861, 2013. Disponível em: <https://www.scielo.org/article/physis/2013.v23n3/843-861/pt/>. Acesso em: 14 out. 2020.

WOLF, Naomi. **O mito da beleza**: como a imagem das mulheres são usadas contra elas. Rio de Janeiro: Rocco, 1992. 438 p. Disponível em: <https://docs.google.com/viewer?a=v&pid=sites&srcid=ZGVmYXVsdGRvbWFpbnxwcm9mZXNzb3J6b3ppbW9maWxvc29maWF8Z3g6M2Y3YjliNWRiODY2NGI1OQ>. Acesso em: 10 out. 2020.

YAMASAKI, Viviane et al. O Consumo de Cirurgia Estética: a influência da autoestima e do materialismo. **Revista de Gestão em Sistemas de Saúde**, [S.L.], v. 02, n. 02, p. 30-52, 1 dez. 2013. University Nove de Julho.  
<http://dx.doi.org/10.5585/rgss.v2i2.77>. Disponível em:  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5037447>. Acesso em: 27 out. 2020.

## APÊNDICES

## APÊNDICE A - TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE)

Prezado (a) senhor (a):

---

Eu, MARIA JISSELY LINS BEZERRA, pesquisadora e estudante do Curso de Graduação em Biomedicina da Faculdade Nova Esperança de Mossoró – FACENE/RN, junto a docente e pesquisadora responsável Ma. Laura Amélia Fernandes Barreto, estamos desenvolvendo uma pesquisa intitulada A INFLUÊNCIA DOS PROCEDIMENTOS ESTÉTICOS NA AUTOESTIMA E NAS RELAÇÕES SOCIAIS DOS SUJEITOS. Tem-se como objetivo geral: Compreender a influência dos procedimentos estéticos na autoestima e nas relações sociais dos sujeitos. E como objetivos específicos: Analisar as ideologias de gênero quanto aos procedimentos estéticos; identificar os fatores que condicionam os sujeitos a se submeterem aos procedimentos estéticos; perceber as transformações na autoestima e nas relações sociais dos sujeitos, a partir dos procedimentos estéticos.

Justifica-se essa pesquisa como forma de compreender o porquê do aumento na demanda por procedimentos estéticos, entender qual a influência desses procedimentos na autoestima e nos aspectos sociais desses sujeitos, além de desconstruir o estereótipo de que a estética se trata apenas de beleza. E por fim corroborar e/ou servir de base teórica para estudos que abordam a estética em uma perspectiva de tratamento paliativo.

Convidamos o (a) senhor (a) a participar desta pesquisa respondendo algumas perguntas a respeito A INFLUÊNCIA DOS PROCEDIMENTOS ESTÉTICOS NA AUTOESTIMA E NAS RELAÇÕES SOCIAIS DOS SUJEITOS. Por ocasião da publicação dos resultados o nome do (a) senhor (a) será mantido em sigilo. Informamos que será garantido seu anonimato, bem como assegurada sua privacidade e o direito de autonomia referente à liberdade de participar ou não da pesquisa. Terá também o direito de desistir da mesma e que não será efetuada nenhuma forma de gratificação da sua participação.

Informamos ainda que o referido estudo poderá apresentar risco de caráter mínimo, como constrangimento ao responder os questionamentos, porém, os



benefícios superam os malefícios. A contribuição que os acadêmicos concederão para o estudo será a disponibilização dos dados levantados de forma segura e responsável, para que estes possam ser utilizados em pesquisas futuras e contribua com estudos para promover saúde para si e para a população.

A participação do (a) senhor (a) na pesquisa é voluntária e, portanto, não é obrigado (a) a fornecer as informações solicitadas pelo pesquisador. Caso decida não participar da pesquisa, ou resolver a qualquer momento desistir da mesma, não sofrerá nenhum dano ao participante. A pesquisadora estará a sua disposição para qualquer esclarecimento que considere necessário em qualquer etapa da pesquisa. Diante do exposto, agradecemos a contribuição do (a) senhor (a), agradecemos a contribuição do (a) a realização desta pesquisa.

Eu, \_\_\_\_\_, declaro que entendi os objetivos, a justificativa, riscos e benefícios de minha participação na pesquisa e concordo em participar da mesma. Declaro também que a pesquisadora me informou que o projeto foi aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa da FACENE. Estou ciente que receberei uma cópia deste documento rubricada a primeira página e assinada a última por mim e pela pesquisadora responsável em duas vias, de igual teor, ficando uma via sob meu poder e outra em poder do (a) pesquisadora responsável.

Mossoró/RN, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2021

---

Laura Amélia Fernandes Barreto<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Endereço residencial da pesquisadora responsável: Rua Nicássia Oliveira, 21, Abolição III. CEP: 59612- 820. Telefone: (84) 99992.7911. E-mail: [laurabarreto@facenemossoro.com.br](mailto:laurabarreto@facenemossoro.com.br)

Endereço do Comitê de Ética em Pesquisa: Av. Frei Galvão, 12 – Bairro Gramame – João Pessoa/Paraíba – Brasil. CEP: 58.067-695 – Fone: +55 (83) 2106-4790. E-mail: [cep@facene.com.br](mailto:cep@facene.com.br)

## APÊNDICE B - QUESTIONÁRIO

### DADOS SOCIODEMOGRÁFICOS DA AMOSTRA:

Questionário número: \_\_\_\_\_

1.1 Atividade que Exerce:

\_\_\_\_\_

1.2 Orientação Sexual e/ou de gênero:

\_\_\_\_\_

1.3 Idade: ( ) 18-24 anos ( ) 25-30 anos ( ) 30-35 anos ( ) >40 anos

1.4 Reside com:

\_\_\_\_\_

1.5 Escolaridade:

\_\_\_\_\_

1.6 Você realizou algum procedimento estético nos últimos 2 anos? Qual? \_\_\_\_\_

### DADOS QUANTITATIVOS

1. Você acredita que quanto maior a insatisfação com a aparência, menor será a autoestima?
  - ( ) Sim
  - ( ) Não
2. você acredita que quanto menor a autoestima, maior será a propensão à busca por procedimentos estéticos?
  - ( ) Sim
  - ( ) Não
3. Você acredita que o aumento da autoestima pode melhorar vários aspectos da vida profissional e pessoal?
  - ( ) Sim
  - ( ) Não
4. Você acredita que o padrão de beleza atualmente exposto na mídia, influencia na busca por procedimentos estéticos?
  - ( ) Sim
  - ( ) Não

5. Você já se sentiu insatisfeito(a) com sua aparência por causa de um corpo exibido na mídia como sendo o ideal ou o padrão a ser seguido?  
 Sim  
 Não
6. Você acredita que o desejo de aceitação em grupos sociais pode influenciar na busca por procedimentos estéticos?  
 Sim  
 Não
7. Você acredita que atualmente a sociedade rotula o corpo como um meio de conseguir status sociais, relacionamentos, empregos e amigos?  
 Sim  
 Não
8. Você acredita que as mulheres sofrem mais influência da sociedade para encaixar-se em um padrão de beleza?  
 Sim  
 Não
9. Você acredita que alguns homens desistem de realizar procedimentos estéticos por não querer ser rotulado como metrossexual, pelo fato desse termo carregar consigo um certo preconceito?  
 Sim  
 Não
10. Após a realização do(s) procedimento(s) estético(s) você se sentiu mais autoconfiante ao desenvolver relações sociais?  
 Sim  
 Não

### **DADOS QUALITATIVOS**

11. Você acredita que a realização de procedimentos estéticos influenciou na sua autoestima e no desenvolvimento das suas relações sociais? Se sim, descreva quais aspectos ou percepções sofreram essa influência que possibilitou tal mudança positiva e/ou negativa.
12. Na sua opinião quais são os principais fatores que condicionam o sujeito a realizar procedimentos estéticos?

13. O público masculino que busca por procedimentos estéticos vem crescendo exponencialmente. Na sua opinião, o público masculino sofre preconceito por buscar tais procedimentos? Se sim, qual o motivo de tal preconceito?

**ANEXO**

## ANEXO A – CERTIDÃO PROVISÓRIA EMITIDA PELO CEP



**Escola de Enfermagem Nova Esperança Ltda.**  
Mantenedora da Escola Técnica de Enfermagem Nova Esperança – CEM, da  
Faculdade de Enfermagem Nova Esperança, - FACENE, da  
Faculdade de Medicina Nova Esperança – FAMENE e da  
Faculdade de Enfermagem Nova Esperança de Mossoró – FACENE/RN

**CERTIDÃO**

Com base na Resolução CNS 466/2012 que regulamenta a ética da pesquisa em Seres Humanos, o Comitê de Ética em Pesquisa das Faculdades Nova Esperança, em sua 2ª Reunião Ordinária realizada em 11 de março de 2021 após análise do parecer do relator, resolveu considerar, APROVADO, o projeto de pesquisa intitulado “A INFLUÊNCIA DOS PROCEDIMENTOS ESTÉTICOS NA AUTOESTIMA E NAS RELAÇÕES SOCIAIS DOS SUJEITOS”, Protocolo CEP: 11/2021 e CAAE: 43219021.6.0000.5179. Pesquisadora Responsável: LAURA AMÉLIA FERNANDES BARRETO. Esta certidão NÃO tem validade para fins de publicação do trabalho. A certidão para este fim será emitida após apresentação do relatório final de conclusão da pesquisa, com previsão para junho de 2021, nos termos das atribuições conferidas ao CEP pela Resolução já citada.

João Pessoa – PB, 27 de abril de 2021.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'M. Gadelha'.

Maria do Socorro Gadelha Nóbrega  
Coordenadora do Comitê de Ética em Pesquisa – FACENE/FAMENE