



PADRÃO DE BELEZA DA MULHER NA CONTEMPORANEIDADE: PROCEDIMENTOS ESTÉTICOS UTILIZADOS POR MULHERES E SUAS IMPLICAÇÕES

CONTEMPORARY BEAUTY STANDARD FOR WOMEN: AESTHETIC PROCEDURES USED BY WOMEN AND THEIR IMPLICATIONS

Ana Rita Assis¹

Beatriz Paulillo Oliveira²

Camila Raíssa da Luz Antunes³

Marcella Fortes Araújo⁴

Maria Madalena Silva de Assunção⁵

RESUMO: Este artigo tem como objetivo analisar o padrão de beleza da mulher na contemporaneidade, os procedimentos estéticos utilizados por elas na busca do mesmo e suas implicações psíquicas. Por meio da pesquisa bibliográfica para compreender o conceito de beleza e sua construção histórica, bem como das percepções apresentadas através de entrevistas *on-line* semiestruturadas com mulheres que já realizaram algum procedimento cirúrgico estético, este trabalho relaciona as motivações apresentadas pelas participantes com o crescente número de procedimentos estéticos realizados no Brasil. A pesquisa analisou a influência das redes sociais e das pessoas de convívio das entrevistadas na percepção e autoimagem. Podemos afirmar, então, que existe uma significativa influência dos padrões relativos à beleza que levam as mulheres a buscarem procedimentos estéticos e outros meios para estarem de acordo com o estabelecido socialmente, o que pode interferir em sua saúde mental, resultando em consequências que são debatidas ao longo deste trabalho.

Palavras-chave: Contemporaneidade; Estética; Mulheres; Padrões de beleza; Psicologia.

ABSTRACT: This article aims to analyze the beauty standard for women in contemporary times, the aesthetic procedures used by them in the pursuit of this standard and its psychic implications. It was conducted bibliographic research to understand the concept of beauty and its historical construction and online semi-structured interviews with women who have already undergone some aesthetic surgical procedure to capture their perceptions about beauty standard issues. This paper relates the motivations presented by the participants with the increasing number of aesthetic procedures performed in Brazil. As well as the influence of social media and the opinion of the interviewees' social circle on their perception and self-image. It is concluded that the social influence regarding an imposed beauty standard leads women to seek aesthetic procedures and other means to be in accordance with the popular consent and their life expectations interfering in mental health and resulting in consequences discussed throughout this work.

Keywords: Contemporaneity; Esthetics; Women; Beauty standards; Psychology.

¹ Graduanda em Psicologia pela PUC Minas. anaritaassis@hotmail.com

² Graduanda em Psicologia pela PUC Minas. bpopaulillo@gmail.com

³ Graduanda em Psicologia pela PUC Minas. milaraissa@gmail.com

⁴ Graduanda em Psicologia pela PUC Minas. marcellfaraújo@hotmail.com

⁵ Professora da Faculdade de Psicologia da PUC Minas. Doutora em Educação pela UFMG. mariamadalenabhz@gmail.com

1 INTRODUÇÃO

Procuramos, aqui, analisar a construção de padrões de beleza estabelecidos em nossa cultura e os impactos que estes podem causar na vida de mulheres, especialmente quando submetidas a procedimentos estéticos, podendo gerar danos à saúde psíquica como a autoestima, ansiedade, insegurança, dentre outros fatores preocupantes.

Temos presenciado uma crescente preocupação com a estética, tornando-se algo bastante complexo por afetar, em sua maioria, mulheres e sua saúde psíquica, o que demanda um entendimento do processo subjacente a toda ação que fundamenta o discurso estético vigente e um conhecimento das motivações que levam tantas mulheres a se submeterem a procedimentos estéticos, muitas vezes invasivos, para atingir um padrão de beleza estabelecido pela sociedade.

Em 2018, um estudo realizado pela Sociedade Internacional de Cirurgia Plástica Estética (ISAPS, 2019) afirma que o Brasil se tornou o país com o maior número de procedimentos estéticos, cirúrgicos e não cirúrgicos, chegando a 18% do total realizado no mundo naquele ano. Nesse período, foram registradas cerca de 1,5 milhão de cirurgias plásticas, e cerca de 3 milhões de outros procedimentos.

A diferença de gênero é determinante no que se refere aos consumidores desse mercado: mulheres representam 87% desse total. O maior índice é o de mulheres de 19 a 35 anos, mas é significativa a presença de adolescentes de 13 a 18 anos. Segundo a Sociedade Brasileira de Cirurgias Plásticas (SBCEP), houve um crescimento de 141% relativo a essa faixa etária. Nem durante a pandemia do Covid-19 esses números tiveram recuo. De acordo com reportagem de Anna Marina (2019), Belo Horizonte teve um aumento de 30% na busca por procedimentos nos meses de isolamento social.

Essa procura exaustiva pela beleza é algo que se encontra enraizado na contemporaneidade – as cirurgias plásticas são apenas alguns desses reflexos. O surgimento de padrões inalcançáveis tem se tornado comum, e tais modelos passam a ocupar o imperativo do “correto” e do “belo” aos olhos de muitas pessoas. O crescimento de procedimentos estéticos ocorre sem que haja uma clareza sobre o real motivo que leva o sujeito a isso, talvez mais por uma pressão externa, seja ela explícita ou não.

As redes sociais têm se tornado cada vez mais influentes na sociedade contemporânea, ocupando boa parte do tempo das pessoas que as utilizam, seja para manter suas relações sociais, para o trabalho, como um estilo de vida, entre outras opções. Assim, atualmente, para se discutir sobre esse universo é também preciso compreender como os padrões de beleza são

disseminados por redes sociais, como isso acontece e se pode influenciar mulheres a seguirem essas "referências".

Por meio de entrevistas realizadas, caracterizamos como se define a beleza da mulher na atualidade, utilizando da experiência de cada entrevistada em diálogo com as discussões teóricas. Para tal, trouxemos, também, apontamentos sobre como a concepção de beleza das mulheres transforma-se ao longo de suas vidas, além de averiguar a percepção delas sobre o próprio corpo e de outras ao seu redor. Identificamos, desse modo, as seguintes estratégias empregadas por essas mulheres para atingirem o ideal de beleza disseminado: cirurgias, atividades físicas, regimes etc.

2 METODOLOGIA

Para compreender os fenômenos relacionados à nossa pesquisa, utilizamos a abordagem qualitativa de pesquisa, uma vez que ela nos possibilita apreender a percepção subjetiva dos indivíduos acerca do tema. Entrevistamos seis mulheres entre 18 e 28 anos, que já realizaram algum tipo de intervenção cirúrgica, visto que essa faixa etária apresenta os índices mais altos de procedimentos estéticos.

Usamos como instrumento a entrevista semiestruturada, que permite “[...] ao pesquisador fazer uma espécie de mergulho em profundidade, coletando indícios dos modos como cada um daqueles sujeitos percebe e significa sua realidade” (DUARTE, 2004, p. 215).

Na elaboração do roteiro, cuidamos de incluir as perguntas básicas para garantir o conhecimento da realidade de cada entrevistada, bem como questões que aprofundassem na concepção e autopercepção sobre beleza, além de discorrer sobre a cirurgia estética à qual a entrevistada se submeteu e os desdobramentos desse processo em sua saúde mental.

Apesar da procura por um grupo com características diversas, todas as mulheres que se disponibilizaram a participar da entrevista declararam-se como brancas ou pardas. Com isso, compreendemos o recorte não intencional existente na presente pesquisa.

A divulgação ocorreu por meio de redes sociais, especificamente o Instagram, utilizando a ferramenta stories para buscar participantes para a pesquisa. Utilizamos a entrevista *on-line*, devido à pandemia de Covid-19. Tivemos, assim, a possibilidade de entrevistar mulheres de diferentes cidades, sendo cinco de Minas Gerais e uma de São Paulo. As entrevistas foram realizadas por chamada de vídeo ou, em alguns momentos, devido à dificuldade de conexão da internet ou escolha das entrevistadas, por chamada de voz. Após o consentimento, puderam ser

gravadas em formato de áudio. Foi possível, assim, acessá-las quantas vezes se fizeram necessárias para a análise das informações obtidas, prevalecendo sempre o sigilo de identidade das voluntárias.

3 REVISÃO DE LITERATURA

3.1 Construção histórica da beleza

O *Dicionário Online de Português* define “beleza” como “característica, particularidade, caráter ou atributo do que é belo; expressão própria de belo; boniteza, encanto ou lindeza” (BELEZA, 2020). Entretanto, o entendimento por completo dessa palavra torna-se variável, mutável e subjetiva. Segundo Ariano Suassuna (2013), em seu livro *Iniciação à estética*, os primeiros estudos relacionados ao conceito de belo são da antiguidade clássica, e tinha ligação com a Arte e a Natureza e foi definido como um campo da Estética no século XVIII, palavra de origem grega (*aisthesis*) que significa percepção, sensação. Conforme explica Duarte (2004), a estética é a capacidade do ser humano de sentir a si próprio e ao mundo num todo integrado. Ainda no *Dicionário Online de Português*, o termo “estética” é definido como “beleza; aparência harmoniosa em suas formas; ramo da filosofia que se dedica ao estudo do belo, da beleza sensível e de suas implicações na criação artística” (ESTÉTICA, 2020).

Observa-se, então, que o ideal estético é algo subjetivo e social, e que cada período da humanidade é marcado por padrões de beleza. Atingir esse padrão e alcançar o belo é algo antigo e mutável, exigindo uma breve revisão para identificar alguns elementos marcantes sobre esse amplo conceito.

O corpo na Grécia antiga era espaço de cuidado. Atentos aos exercícios físicos e às maneiras de se vestir, respectivamente, homens e mulheres livres procuravam pela beleza representada pelo corpo bem definido e moldado. Para as mulheres, a questão da fertilidade era extremamente importante, tornando-se um fator para que a pessoa fosse considerada dentro do padrão. “Para os gregos, cada idade tinha a sua própria beleza e o estético, o físico e o intelecto faziam parte de uma busca para a perfeição, sendo que o corpo belo era tão importante quanto uma mente brilhante” (BARBOSA; MATOS; COSTA, 2011, p. 25).

O corpo durante a Idade Média adquire novos significados, sendo contida qualquer demonstração pública de virilidade. Visando uma centralidade no espírito e no intelecto, o indivíduo concentrou a vida nos trabalhos e contextos sociais. Para a mulher, as restrições tornaram-

se maiores, poderiam apresentar perigo em função da beleza, visto que eram tratadas como bruxas. Conforme Barbosa, Matos e Costa (2011, p. 27):

[...] ‘processos de bruxaria’, foram mortas e reprimidas milhares de mulheres. A ideia central da bruxaria era a de que o demônio procurava fazer mal aos homens para se apropriar das suas almas. E isto era feito essencialmente através do corpo e esse domínio seria efectuado através da sexualidade. [...] nenhuma mulher poderia ser correta. (BARBOSA; MATOS; COSTA, 2011, p. 27, grifo do autor).

Devido ao movimento histórico e social, os padrões femininos foram se modificando e o corpo toma outros significados. No Renascimento, o busto e o rosto da mulher começaram a ser exaltados. “Os corpos graciosos das mulheres tornam-se tema central da poesia, da pintura e mesmo dos debates filosóficos, havendo inclusive uma maior evidência de pinturas com nudez” (PINTO, 2010, n.p.).

Inspirada na luta contra a perspectiva patriarcal, a escritora estadunidense Naomi Wolf (1992), em seu livro *O mito da beleza*, afirma que a imagem feminina é usada como arma política para impedir a visibilidade da mulher e manter o poder masculino intacto. Apesar de se tornarem mais independentes e autônomas, algumas mulheres ainda estão presas a conceitos formados de beleza e tornam-se obsessivas pelo físico ideal, têm pânico de envelhecer e pavor de perder o controle da situação.

A alucinação moderna que prende as mulheres, ou na qual elas mesmas se prendem, é da mesma forma cruel, rígida e adornada de eufemismos. A cultura contemporânea dirige a atenção para as metáforas da Donzela de Ferro enquanto censura o rosto e o corpo das mulheres de verdade (WOLF, 1992, p. 22).

A autora reforça que essa ânsia pela perfeição, gerada por tantas afirmações sociais, atravessa diversas épocas. Ela expõe também que o mito da beleza alimenta uma grande ilusão da mulher que com isso será respeitada e valorizada como deveria ser, mas na verdade é oprimida e subjugada.

3.2 Objetificação do corpo da mulher

Entendemos a objetificação como o ato de transformar algo em objeto, ou seja, ter contato, ver e tratar as experiências reduzindo-as a práticas descartáveis. Ao dar maior ênfase às relações objetais intersubjetivas, podemos perceber que a relação de consumo criada no Ocidente perpassa o âmbito relacional das coisas, transformando também a relação humana. Bauman (2001), em sua teoria da Modernidade líquida, explicita como a cultura atual é marcada

pela mudança, liberdade e relação individualista. Esses fatores atingem também a forma de interação subjetiva, tornando o outro, assim, facilmente descartado.

Percebemos que essa objetificação é uma construção cotidiana que perpassa todos os âmbitos da vida da mulher. Especialmente com o advento do capitalismo, a relação de consumo tornou-se maior e os papéis de gênero mais específicos. A maior parte das mulheres era vista unicamente como dona de casa e responsável por sua manutenção; porém, essa função era julgada inferior e, conseqüentemente, como de menor importância.

A instauração de uma sociedade patriarcal foi (e continua sendo) muito útil para a manutenção desse modo de produção e tem como grave consequência a coisificação da mulher, reafirmando a ideia de que as mulheres são, de diversos modos, submetidas às vontades do patriarcado, feitas para satisfazer seus prazeres e “cuidar” de seus filhos, dificultando o desenvolvimento social, econômico, político, cultural etc. e contribuindo para o aumento dos diversos tipos de violência cometidos contra elas (SOUSA; SIRELLI, 2018, p. 328, grifo do autor).

A partir de uma construção histórica e econômica, percebemos que a estrutura social patriarcal é mantida e continua afirmando, ainda que de forma velada, que o corpo feminino é manipulável, assim como um objeto. A pesquisa desenvolvida por Carolina Piazzarollo Loureiro (2014), “Corpo, beleza e auto objetificação feminina”, na qual buscou identificar a objetificação do corpo nas mídias e sua internalização na cultura, contou com 340 mulheres, entre 18 e 25 anos. Nessa pesquisa, dividida em duas partes, é apresentada a teoria da objetificação, que nos mostra como o impacto de uma estrutura objetificada dos corpos (femininos) afetam subjetivamente as mulheres, desde sua infância, tornando-as auto-objetificadas.

Considerando que as mulheres aprendem desde a infância que os corpos femininos são objetos de constante observação, avaliação e potencial objetificação sexual, a Teoria da Objetificação propõe que esse ambiente cultural objetificante as leva a introjetarem esse comportamento e a tratarem a si mesmas como objetos a serem observados e avaliados de acordo com sua aparência (LOUREIRO, 2014, p. 20).

A teoria, segundo Loureiro (2014), aponta para duas formas de ação: a auto-objetificação estado, ou seja, aquela momentânea, em que a mulher passa por momentos de maior exposição e atenção voltadas para seu corpo, e a auto-objetificação traço, na qual ela é mantida ao longo do tempo. Com esse sentimento de constante observação, ora de si mesma, ora das pessoas ao seu redor, e uma cultura voltada para a beleza ideal, podemos compreender a doentia preocupação com a estética e o peso da objetificação afirmada perante os corpos femininos.

3.3 O papel da mídia e das redes sociais na representação feminina e o crescente número de cirurgias plásticas no Brasil

Para estudar o fenômeno da objetificação da mulher, é primordial ficarmos atentos às mídias e às redes sociais. Ambas são espaços importantes de veiculação e difusão de valores e de comportamentos na sociedade.

O corpo feminino torna-se objeto de consumo hipersexualizado, banalizado e pronto para atender às necessidades sexuais dos homens, geradas principalmente pelas mídias e propagandas. Costa (2018) aponta que:

A Hipersexualização do corpo feminino rende sempre (e muito!), e a atitude da sociedade sobre a sexualidade feminina é, no mínimo, confusa e cheia de atalhos, ancorada em padrões machistas que enquadram o gênero feminino como um “objeto de consumo” (COSTA, 2018, p. 2, grifo do autor).

O “rendimento” descrito pela autora está relacionado a diversas esferas: engajamento, padrões de consumo, acessos, interações, pontos de audiência. A relação entre a exposição da sexualidade e o aumento de espectadores nos meios de comunicação está estabelecida há anos, por exemplo, nas propagandas de cerveja, como discutido por Belmiro *et al.* (2015). A autora aponta para o excesso de sensualidade nas peças publicitárias da Itaipava “Verão é nosso”, argumentando que a objetificação do corpo feminino fica evidente, pois a sexualidade da mulher é o elemento central da publicidade. A modelo sempre aparece de biquíni, as curvas de seu corpo são evidenciadas e relacionadas às praias e pontos turísticos e, finalmente, na mais evidente objetificação, uma comparação dos volumes das garrafas e latas de cerveja com o volume do seio.

Esses tipos de comerciais, embora sejam alvo de boicotes, continuam regularmente sendo produzidos, pois fazem parte de estratégias de *marketing* para intensificar o alcance das mídias. Iniciativas publicitárias como essa acontecem até mesmo nos comerciais do *Super Bowl*, horário mais caro para se fazer um anúncio do planeta. A mídia é uma das principais fontes da reprodução desses valores, mas essa imposição não é apenas vertical.

A beleza e a imagem corporal se inter-relacionam tornando-se progressivamente fatores determinantes no que se refere a sucesso, popularidade e engajamento digital. Com as redes sociais tendo se tornado um instrumento de massa, a veiculação desses ideais passa a atingir as

subjetividades em larga escala e ser reproduzida pelos próprios usuários das redes. Para Aprobato (2018), a forma com que o “corpo ideal” se torna mandatário no Instagram e como essa imagem é veiculada são caracterizados desta maneira:

Os depoimentos de seguidores permitiram constatar, por meio de interpretações claras sobre cada celebridade estudada, uma prevalência de discursos de corpo perfeito e eterna juventude, muitas vezes disfarçados de discursos de saúde, bem-estar e longevidade (APROBATO, 2018, p. 4).

A incorporação desses valores gera em muitas pessoas um efeito de insatisfação com o próprio corpo. Para Lira *et al.* (2017), as jovens que passam muito tempo em redes sociais como Facebook, Instagram e Snapchat têm até cinco vezes mais chance de apresentarem alguma insatisfação com sua autoimagem corporal.

No Brasil, de acordo com os dados fornecidos por pesquisas da Sociedade Internacional de Cirurgia Plástica Estética (ISAPS, 2019), referentes a 2018, o país lidera o ranking entre aqueles que mais realizaram procedimentos cirúrgicos estéticos, totalizando 1.498.327. Em comparação com os dados fornecidos sobre 2016, houve um aumento de 25,21% nos procedimentos cirúrgicos no país, sendo 9,7% de todos os procedimentos realizados no mundo.

Podemos afirmar que cirurgias de cunho estético estão cada vez mais presentes na sociedade contemporânea, sendo uma opção rápida para muitas mulheres que desejam alcançar os objetivos a respeito de uma ideia de beleza e do corpo perfeito, como dito por Borsoi e Guimarães (2019, p. 2): “o corpo reproduz sua relação social, biológica e física no espaço no qual a pessoa está inserida. O indivíduo retrata no corpo o que é socialmente imposto, transformando-o numa extensão do espaço social que o produziu.”

Desse modo, compreendemos que muitas cirurgias realizadas atualmente são motivadas pelas exigências sociais a que as mulheres estão expostas. É ainda possível compreender a dificuldade que as mulheres têm para fugir dos padrões estéticos veiculados pela sociedade, que as levam à procura de cirurgias que mudem seus corpos, pois a todo momento recebem informações sobre como seria o corpo belo e perfeito.

4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DE DADOS

4.1 Caracterização das entrevistadas

Foram entrevistadas seis mulheres na faixa etária de 18 a 28 anos. Bianca é a única entrevistada que possui um filho e está esperando pelo segundo. Todas se identificaram como brancas, exceto Bianca, que se identificou como parda. Em relação a atividades físicas, Amanda e Lorena realizam caminhada de quatro a cinco vezes na semana; Bárbara e Thaís fazem musculação de cinco vezes a todos os dias da semana; as duas participantes restantes – Bianca e Laura – não realizam nenhuma atividade física. Quanto a cirurgias realizadas, três entrevistadas colocaram mamoplastia de aumento⁶, sendo que duas destas realizaram também a mastopexia⁷; duas se submeteram a bichectomia⁸, uma a lipoaspiração⁹, uma a abdominoplastia¹⁰ e uma realizou preenchimento de olheira e rinomodelação¹¹.

4.2 Processo de auto-objetificação e percepção sobre a beleza feminina

Nesta subseção, buscamos compreender a construção subjetiva de cada entrevistada e a percepção sobre si mesma.

Após serem perguntadas sobre a concepção de “mulher bela”, as primeiras respostas se basearam em questões não estéticas, como autoestima e cuidado com a saúde. Porém, observamos que todas as entrevistadas acreditam em certo padrão de beleza imposto pela sociedade, e consequentemente consideram como modelo de beleza feminina mulheres magras, de cabelos longos e que se preocupam com a aparência física. Constatamos, ao longo das entrevistas, duas percepções acerca da ideia subjetiva de corpo feminino: uma funcional, ou seja, compreender

⁶ “A mamoplastia de aumento é o procedimento cirúrgico que visa aumentar o tamanho das mamas através do implante de silicone na região” (PEPINO, 2022, a).

⁷ “A mastopexia é uma cirurgia plástica das mamas indicada para reverter o caimento dos seios e reposicionamento da pele flácida de forma a elevar as mamas até a posição inicial e garantir a estética e simetria delas.” (PEPINO, 2022, b).

⁸ “A bichectomia - procedimento de remoção da bola de Bichat ou corpo adiposo da bochecha”(JORNAL,2022)

⁹ “Lipoaspiração comum: é realizado com uma cânula que suga a gordura localizada da região definida” (PEPINO, 2022, c).

¹⁰ “A abdominoplastia é uma cirurgia plástica abdominal para retirada do excesso de pele na região” (PEPINO, 2022, d).

¹¹ “A rinomodelação, também chamada de bioplastia nasal, é uma técnica de preenchimento de nariz que visa corrigir imperfeições do contorno nasal [...] A principal indicação da técnica é quando a insatisfação do paciente está relacionada a problemas de formato do nariz” (PEPINO, 2022, e).

os aspectos fisiológicos enquanto função de vida, estando saudável de maneira física e emocional; outra que considera a estética e as vivências sociais, visto que o corpo é apresentado constantemente aos olhos do outro.

Percebemos certa incoerência nas falas das entrevistadas, como exemplo, verificamos no relato de Laura a contradição da resposta e o impacto da cirurgia estética em sua percepção sobre a beleza. O primeiro ímpeto da entrevistada foi afirmar a quebra dos padrões em sua vida e a não necessidade de seguir algo. No entanto, ao citar uma mulher conhecida, ela diz: “[...] ela não era muito bonita não, mas depois dos procedimentos estéticos ela ficou bem bonita... sabe?”, reafirmando, assim, o já discutido por Secchi, Camargo e Bertoldo (2009, p. 235) ao salientarem que “uma das formas de minimizar a dissonância entre a imagem atual e a ideal seria a realização de cirurgias estéticas”. Logo, a compreensão de beleza é velada, tornando favorável o imaginário alcançado pelas cirurgias.

As entrevistadas defendem que a percepção estética é constantemente influenciada pelo meio, como as mídias, o trabalho e as pessoas ao redor. Obtivemos exemplos de como o contexto social influenciou suas decisões e as situações percebidas diariamente. Uma das entrevistadas enfrentou, aos 14 anos, a bulimia – transtorno alimentar envolvendo vômito e excesso de alimentação – e fez referência sobre o impacto social em sua vida: “eu era muito gordinha, emagreci, né, aí o povo falava que eu poderia ficar gorda de novo se eu continuasse comendo, né. E aí eu queria emagrecer, emagrecer cada vez mais.”

Percebemos que o entendimento sobre o próprio corpo se dá a partir da ideia daquilo que o outro constrói. Temos como exemplo o relato acima, no qual a ação de emagrecimento compulsória se deveu aos comentários externos, impactando também a própria concepção da entrevistada.

Nesse sentido, temos também o depoimento de Bárbara, que por ter um trabalho informal, no qual interage constantemente com o público, afirma que o tipo físico de cada trabalhador altera o salário dele: aqueles mais próximos do padrão exigido ganham mais.

Com o trabalho que eu faço, promotora de eventos, como não é um trabalho fixo [...] eles olham perfil... da pessoa, foto, corpo da pessoa, aí tem... tem lá quem tem perfil. [...] Então, quanto mais bonita você for, mais padãozinho você for, mais emprego você consegue que paga melhor, que esses de perfil A recebe melhor e os cachês são bem altos, muito altos, chega a ser, tipo assim, um dia de serviço, 500 reais, 1000 reais...

Ao serem perguntadas sobre a época em que começaram a dar importância para essas questões, três entrevistadas disseram que tinham por volta de 12 anos; duas, cerca de 15 anos e

uma após a entrada na faculdade. Embora tenham modificado a forma de julgamento e aceitação, a maioria delas permanece parcialmente insatisfeita. Identificamos que o início da preocupação com o corpo ocorre, de modo geral, na adolescência, visto que vivemos em uma sociedade na qual a imagem feminina, após o desenvolvimento, é motivo de atenção. De acordo com Cano *et al.* (1999, *on-line*), essa fase é um momento de intensas transformações, principalmente corporais, o que gera desconforto.

Pedimos a cada participante para atribuir uma ou mais palavras que utilizam para caracterizar seu físico. Assim, duas participantes perceberam seus corpos como sendo padrão; outras duas, Laura e Thaís, os descrevem como sendo “bonito”. Além disso, recebemos das outras mulheres respostas como mole, flexível e maleável. Amanda e Bianca foram as que mais demonstraram insatisfação com o corpo a partir de suas respostas; Bianca utilizou apenas uma palavra para a descrição – imperfeito –, sem desejar atribuir outra. Sendo assim, foi possível identificar que as características atribuídas por elas refletem sua compreensão sobre os modelos impostos pela sociedade, ou seja, se autodefinem por conceitos sociais.

De fato, indivíduos avaliam sua aparência, baseando-se no que a sociedade considera atraente, significativo e valioso. Logo, as sensações de um indivíduo na avaliação de si mesmo (e, conseqüentemente, sua autoestima) podem ser afetadas pelo modo como uma pessoa acredita que a sociedade valoriza seu corpo (RICCIARDELLI; CLOW, 2009 *apud* AVELAR; VEIGA, 2013, grifo do autor).

Buscando compreender a visão das entrevistadas sobre a beleza de outras mulheres, foi perguntado se elas costumam notar essa beleza e o que mais notam. A resposta foi unânime: todas reparam na beleza de outras mulheres. Constatamos que algumas respostas sobre o que elas mais observam têm relação com o que as entrevistadas relacionam a si mesmas, como salientam Amanda – “a questão da mulher ter o peito grande, igual muitas colocam mamoplastia de aumento, não sou de observar porque é uma coisa que eu tenho muita vontade de tirar” –, Bárbara – “O corpo, eu acho lindo, pra me inspirar” – e Bianca – “eu vejo mais a beleza em outras mulheres, [...] e às vezes não tanto em mim”. Percebemos que o olhar das entrevistadas em relação à beleza de outras mulheres é de alumbramento e de inspiração, enquanto o olhar sobre si mesmas é autodepreciativo.

Ao serem questionadas sobre a frequência com que julgam o próprio corpo, as respostas são bem alarmantes: das seis entrevistadas, apenas Bianca diz julgar com menos frequência do que em outras épocas de sua vida; as demais dizem julgar com muita frequência, todos os dias, o que reafirma a questão apresentada anteriormente. Utilizando da discussão feita por Marzochi (2005), compreendemos o olhar incessante de autojulgamento como uma preocupação – talvez

não tanto consciente – com o desejo de mostrar-se enquanto sujeito por meio do corpo, visto que atualmente se vive em uma sociedade da tela.

Cada vez mais, a subjetividade parece se ancorar na exterioridade da pele, nos sinais visíveis emitidos [...] em um mundo saturado de estímulos visuais. Essa tendência reflete um certo esvaziamento da interioridade, no sentido de um espaço íntimo e privado localizado “dentro” de cada indivíduo; uma esfera “interior” que, ao longo da Modernidade constituía o eixo em torno do qual as subjetividades eram definidas (MARZOCHI, 2005, p. 10, grifo do autor).

4.3 O uso das mídias e sua influência na percepção sobre os padrões de beleza

Nesta subseção, buscamos compreender o papel das mídias na construção da percepção sobre a beleza feminina. Todas as entrevistadas afirmaram que utilizam com mais frequência as redes sociais Instagram e WhatsApp, sendo Twitter e Telegram mencionados uma vez.

Ao serem perguntadas sobre o tempo gasto diariamente nas redes sociais, as respostas variaram, como Thaís e Lorena, que disseram passar, aproximadamente, de duas a três horas por dia conectadas, e como Amanda, que disse utilizar 18 horas por dia. Bárbara, Bianca e Laura relataram passar o dia inteiro, sendo que Bianca e Bárbara se justificam dizendo que trabalham com *marketing* digital, o que exige maior tempo nas redes.

Indagamos às entrevistadas se tendem a seguir em suas redes sociais pessoas que abordam assuntos estéticos. As respostas recebidas foram parecidas entre si: a maioria delas respondeu que procura seguir influenciadores com foco em cirurgias plásticas, como nutricionistas, cirurgiões plásticos e blogueiras que já realizaram procedimentos ou que desejam realizar. Lorena foi a única que mencionou o Alexandrismos¹². Além disso, ela diz que seguir essa blogueira tem ajudado em seu processo de aceitação:

[...] eu compartilho muito, mas da mesma forma que ela fala que esse processo dela demorou anos de aceitação, né? De começar a se amar da forma como ela é, e que é bonito. Eu tô engatinhando e... mas ela é uma das pessoas que eu comecei a ter contato com esse tipo de desconstrução assim.

A partir das respostas das entrevistadas, compreendemos o papel das mídias no processo de construção do que é a beleza e da busca de conteúdo sobre o assunto. É o que demonstra

¹² “O ALEXANDRISMOS é um canal criado pela comunicadora Alexandra Gurgel. A Xanda começou no Youtube, com vídeos sobre gordofobia, aceitação, amor-próprio. E do Youtube ela foi pra outras redes e também para coisas *offlines*, como o lançamento do seu livro bestseller “Pare de se Odiar”, que foi lançado em 2018 e em 2020 já está na 5a edição! A Xanda é fundadora do Movimento #Corpo Livre[...]” (GURGEL, 2020, grifo do autor).

Lorena, que procura indivíduos que falam sobre a autoaceitação, segue profissionais da área da cirurgia que mostram todo o processo cirúrgico, acompanha pessoas em função de um estilo de vida. A identificação com determinados personagens ou estilos de vida pode ser entendida conforme nos explica Brunelli, Amaral e Silva (2019, p. 230-231):

[...] as referências de personagens construídos pela indústria cultural que se tornam alvo a se alcançar, como por exemplo: as blogueiras (os) fitness. O gosto é modelado por escolhas que, à primeira vista, podem parecer individuais, mas que, sob um olhar mais atento, nos revela que são orientadas de forma inconsciente ou não pelo modo de vida dos agentes.

Procuramos entender se a beleza é um aspecto motivador para as entrevistadas adicionarem pessoas em suas redes sociais. Amanda relata que “não, não tenho muita autoestima para isso, não” e se justifica dizendo “porque eu acho que quanto mais eu vejo uma pessoa bonita, eu fico mais mal ainda”. Por outro lado, Bianca relata “sim, eu acho que faço isso até sem perceber”, enquanto as outras dizem adicionar apenas pessoas que apresentam um conteúdo que lhes interessam nas redes.

Dadas as respostas, os padrões que são veiculados pelas mídias causam nas mulheres retornos que podem ser positivos ou negativos. Observar algo que está dentro de tais perspectivas padronizadas pode causar uma baixa na autoestima, como visto acima na fala de Amanda. Contudo, o contrário também ocorre, obtendo-se satisfação em observar o considerado “belo”. Brunelli, Amaral e Silva (2019, p. 228) fazem uma reflexão a esse respeito:

Essa estagnação de formas é prejudicial ao desenvolvimento da própria cultura em si, uma vez que, para serem divulgadas pelos meios de veiculação de informações em massas, elas devem obedecer aos padrões impostos. Esta estilização, ao se capitalizar nas diferentes esferas da vida social tem adentrado veementemente no campo das linguagens, dos significados e dos desejos, na busca pelo ser e pelo ter, na procura por uma beleza padrão amplamente difundida no Instagram.

Procuramos conhecer a percepção a respeito da influência que pode gerar no fato de seguir profissionais estéticos, tanto para realizar procedimentos, quanto para se enquadrarem nos padrões disseminados. De modo quase unânime, as entrevistadas responderam que sim, elas relataram perceber a existência dessa influência. Amanda relata: “mas, eu tento não ser influenciável, como se diz, por essas mídias, por essas redes sociais, porque uma coisa que eu sou contra, e que tô tentando todos os dias me desviar, não seguir esse padrão”. Ela reconhece a existência e demonstra uma oposição às influências da mídia em seu corpo e sua autoimagem.

Bianca é ainda mais específica em relação ao padrão que observa nas mídias: “porque quando você segue famosas, blogueiras, são todas magras, com silicone, cabelo bonito, fazendo

procedimento estético, você quer aquilo, [...], você começa a ver defeito em você mesma”. Apenas a entrevistada Laura diz não acreditar que as pessoas de suas redes sociais tenham padrões estéticos impostos, mas observamos contradições em sua fala, pois expressa que “eu mesmo, eu, particularmente, passei a fazer justamente depois que eu conheci ela”, referindo-se aos procedimentos que fez depois de ter começado a seguir sua esteticista no Instagram.

Perguntamos se elas gostariam que diferentes corpos fossem também contemplados nas mídias, e não só o padrão. As entrevistadas se mostraram favoráveis a esta ideia e relataram que gostariam que corpos com diferentes características tivessem reconhecimento. Uma fala que mostra bem esse posicionamento é a da entrevistada Amanda, que diz:

A mídia mostra muito essa questão da mulher magra como ícone de beleza [...] eu acho que o corpo gordo também deveria ser exaltado, ele deveria ser enaltecido. Há pouco tempo eu vi [...] um Tik Tok de uma atriz global, [...] era até uma criança na época que interpretou na Avenida Brasil [...] e ela contando [...] que a Globo pediu que ela emagrecesse, pra poder conseguir um papel, porque não tinha papel disponível pra ela por causa do corpo dela. Eu achei isso um absurdo.

A entrevistada Laura relata: “eu acho que é o que eu busco que... que isso se torne uma coisa mais comum, uma coisa mais natural dos nossos olhos, mas eu nunca tinha pensado isso antes não, desta forma”. Com isso, torna-se claro que as entrevistadas participantes desta pesquisa têm não só consciência da imposição social de um padrão de beleza feminino, como o anseio para que diferentes corpos sejam contemplados.

Constatamos o incômodo em cinco das seis entrevistadas, relacionado aos comentários feitos por seus familiares em relação à aparência, como Bianca explícita: “[...] de familiares, da pessoa falar assim – ah, você deu uma engordada, nó, segura a sua onda –, são umas coisinhas assim que incomoda.”. Elas relatam também como o ambiente e grupo social em que se encontram fazem diferença em sua autoestima e no desejo para se encaixar em certo padrão, como observamos nesta fala de Lorena: “eu tenho dificuldade de manter meu peso, e tive alguns momentos que eu engordei muito e várias vezes tipo, eu ficava assim: eu não quero ver meus amigos, porque eu tenho vergonha desse grupo”.

Lorena e Bárbara disseram que os homens de seus meios falam e reparam nessas questões, e, sendo mulheres heterossexuais, é um fator de importância também. Das seis entrevistadas, três disseram sentir pressão de todas as relações sociais; em contrapartida, duas falaram do apoio dos amigos no processo de aceitação.

Ao longo da pesquisa, observamos que todas as entrevistadas afirmam que realizaram cirurgias devido a incômodos existentes em relação a seus corpos apontados por pressões externas. Leal e coautores (2010, p. 78) nos confirmam essa ideia:

Reconhecemos que o desenvolvimento e o refinamento tecnológico desse ramo da medicina têm contribuído bastante para este elevado número; contudo, seria um grande erro desconsiderar os determinantes socioculturais que mobilizam esta busca. Na sociedade contemporânea, o enquadramento nos padrões do culto da beleza tem encorajado a procura da cirurgia como solução rápida de suas insatisfações.

Solicitamos às participantes que nos contassem como ocorreu o processo de cirurgia e se elas se sentiram confortáveis durante a realização. Os relatos das experiências foram diversificados e muito subjetivos. As entrevistadas Amanda (bichectomia), Laura (preenchimento de olheiras e rinomodelação) e Thaís (mamoplastia de aumento e bichectomia) expressaram boas experiências sobre os procedimentos realizados, sem quaisquer complicações. Bárbara (mastopexia e mamoplastia de aumento) conta que sua primeira cirurgia foi tranquila; porém, diz que a segunda foi horrível, ocorrendo uma quebra do seu sonho por ter que retirar o silicone devido a complicações no pós-operatório. A entrevistada completou dizendo: “[...] foi muito triste, tanto que eu fiquei com depressão, eu fiz até tratamento com psicólogo, eu tomei remédio, porque foi uma, assim... foi muito ruim passar por isso, uma coisa que é seu sonho, cê sente, tipo, destruída”. Contudo, no terceiro procedimento feito para a recolocação do silicone (mamoplastia de aumento), ela disse que sentia maior tranquilidade, pois estava com o psicológico mais preparado.

Prosseguindo os relatos, Bianca (abdominoplastia) conta que é uma cirurgia muito invasiva, pois necessita de um corte muito grande. Além disso, ela teve complicações no pós-operatório, com a abertura das suturas. Conforme Bianca: “meu afastamento seria de 15 dias, eu fiquei mais de um mês e meio. Meu ponto abriu, eu voltei lá, então pra mim em particular foi muito mais tempo do que eu estava esperando”.

Lorena foi a entrevistada que mais passou por complicações após a cirurgia. Ela conta que ficou um longo tempo pensando sobre o momento que realizaria e com qual profissional, e que durante a realização não houve complicações, que os problemas vieram no pós-operatório. Foi um período de desespero, pois precisou da mobilização da sua família, gastos financeiros altos, além do afastamento de seu trabalho.

Três das seis entrevistadas sofreram complicações pós-cirúrgicas. Dentre os procedimentos que não obtiveram boa recuperação contam-se duas mastopexias e a mamoplastia de

aumento. De acordo com Maximiliano e coautores (2016, p. 333), vários fatores podem interferir nos resultados dos implantes mamários, como “a seleção dos pacientes, eficácia na orientação do paciente, plano para a localização do implante, local da incisão, escolha do implante, técnica cirúrgica e cuidados pós-operatórios”.

A partir dos relatos de Bárbara, Bianca e Lorena, fica mais visível como essas complicações podem afetar toda a vida da mulher que se submete à cirurgia estética, interferindo no seu cotidiano e o de seus familiares, além de provocar grandes impactos na saúde mental.

4.4 Relação entre procedimentos estéticos, autoestima e saúde mental

Em busca de uma aparência física que se encaixe nos padrões desejados, é comum a utilização de dietas, de medicamentos para emagrecer ou engordar. Foi o caso de Amanda e Bárbara, que, em determinado momento da vida, consumiram medicamentos para emagrecimento. Segundo Santos, Silva e Modesto (2019, p. 42):

Em geral, as pessoas preferem usar medicamentos anoréxicos ou outros medicamentos que as ajudem a perder peso; esperando que seu apetite seja removido ou que queimem calorias; e muitas vezes para manter seus hábitos sedentários e nutrição inadequada. É mais fácil recorrer a esse tipo de medicação do que fazer um esforço para modificar os hábitos existentes.

Por causa do efeito contrário de fluoxetina utilizada por Amanda, que provoca um aumento de peso, ela diz realizar a dieta *low carb*, que, segundo ela, “você ingere pouco carboidrato e saudáveis, como verduras igual cenoura, beterraba, que são coisas que estou ingerindo constantemente, mas reduzido”. Buscamos entender, por intermédio da literatura, o impacto dessa dieta na vida das mulheres. Segundo Freitas (2002, p. 27):

[...] a mulher experimenta o emagrecer com o rigor de uma (auto) vigilância sobre o peso, numa espécie de punição para a configuração do corpo, cujo símbolo assegura a sua passagem para viver a sociedade moderna. [...] conforme as regras que disciplinam e reprimem o seu apetite, seu corpo, sua vida.

Nesse processo, diversas são as formas de realizar uma dieta. Como já mencionado, Amanda realiza a dieta *low carb*. Ela e Laura também praticam o jejum, conhecido como “Jejum Intermitente”, atualmente muito divulgado e praticado por *influencers* digitais. Em busca rápida na internet e auxiliadas pelos relatos das entrevistadas, entendemos ser um tipo de jejum que consiste em passar de algumas horas até dias ou semanas sem comer, e depois retornar com uma alimentação leve. Nessa direção, Freitas (2002, p. 26) ressalta:

[...] a mulher sofre pressões sociais para ter seu corpo reconfigurado e, desse regulamento, ela joga com intencionalidade os sacrifícios de digerir dietas restritas e medicamentos, além de outros artifícios como cirurgias plásticas, ginásticas e cosméticos. Esses objetos externos são acolhidos no rito do belo, do qual ela não se liberta. A natureza dessa ritualidade encontra estreitos vínculos com o mercado de consumo, restringindo o corpo a um negócio da indústria cultural, em que a dieta aparece como uma nova necessidade social.

De volta às dietas mencionadas, Bianca e Thaís dizem fazer dieta para perder gordura. Já Lorena não especifica o tipo de restrição, mas diz:

A vida inteira. A não ser nos períodos que eu descontrolo, que tudo sai do meu controle, mas normalmente, eu me considero uma pessoa... que as pessoas falam assim: em reeducação alimentar, eu que, assim... que hoje por mais que eu tenha muita consciência, se eu não ficar vigilante o tempo todo, não é uma coisa natural para mim, então por isso que considero que eu vivo de dieta.

Chama a atenção o termo “descontrole” utilizado por Lorena, referindo-se aos períodos que não está fazendo dieta, ou seja, o normal de sua vida é ter uma alimentação baseada em restrições alimentares que a impedem de engordar. Na tentativa de fazer uma leitura dessa relação dieta-emagrecimento, recorremos a Freitas (2002, p. 25), que assevera:

A condição de não estar com o peso fora dos padrões de mercado, funciona, então, como o receio de engordar. Esse é o sentido que age como um temor do fantasma do estigma que a imagem gorda associa. [...] Ihe impõe uma restrição do prazer, a partir do reconhecimento do sacrifício do paladar, com a adoção de dietas restritas que, esteticamente, compõem uma vida light.

Esse temor ao corpo gordo e o desejo por estar dentro do padrão, como podemos ver, influenciam as condutas cotidianas de várias das entrevistadas. Em contraponto, Bárbara diz não fazer dieta, mas conta: “só tento comer mais saudável [...] eu troco, em vez de comer porcaria, todo dia comer salada, comer legume, comer tipo isso, mas se eu não comer, não é nada de dieta”.

Podemos observar que todas as entrevistadas se preocupam com a alimentação, mesmo não se impondo restrições severas e com a justificativa da procura pela saúde. Após o mapeamento dos hábitos diários, buscamos compreender o aspecto emocional das entrevistadas, a começar pela percepção de satisfação com os resultados dos procedimentos realizados. Todas elas relatam de alguma forma a satisfação após a realização dos procedimentos. As entrevistadas que tiveram complicações relembram isso em suas falas, mostrando que, apesar de felizes, estariam mais se não tivessem tido as complicações.

Em relação às entrevistadas que sofreram complicações pós-cirúrgicas, Bárbara respondeu que, apesar do longo tempo de cicatrização, sua expectativa foi atendida. Contudo, ela pondera que as experiências que teve podem abalar qualquer pessoa que passa por alguma cirurgia. Assim, completa dizendo: “daí eu tirei muita coisa disso, muito aprendizado também. Que também eu vi que cirurgia plástica não é brincadeira, é uma coisa séria, que você tem que levar a sério, porque senão pode dar problemas muito sérios”.

Lorena, que também passou por complicações, conta que em relação à mastopexia e a mamoplastia de aumento se encontra parcialmente satisfeita. Sobre todo o processo que passou, ela explica: “eu acho que eu não posso jogar tudo no lixo e, tipo assim, por mais que hoje em dia as complicações tenham me feito repensar em muitas coisas, eu acho que tenho muita coisa para amadurecer”. Sobre a lipoaspiração, que não teve nenhuma intercorrência, ela conta que foi um alívio, pois estava muito insatisfeita com o seu corpo anteriormente.

Para Mosquera, Stobaus e Claus (2006), a autoestima se dá pela percepção que cada pessoa tem sobre si mesma. Entretanto, a autoestima não é estática, apresentando momentos de altos e baixos que se revelam através dos acontecimentos sociais, emocionais e psicofisiológicos. Ainda de acordo com esses autores, é necessário compreender o conceito de autoimagem que se interliga à autoestima. A autoimagem é criada através da interação do indivíduo com seu contexto social, advinda como consequência das relações com os outros e consigo mesmo. É também a maneira como a pessoa entende e antecipa seus comportamentos, além de aprender a interpretar o ambiente onde vive, adequando-se às regras e exigências exercidas por ele, bem como sofrendo influências sobre as propostas que coloca em si mesma.

De acordo com essa conceituação e em concordância com os relatos descritos anteriormente, as mulheres demonstraram que suas expectativas se espelhavam na melhora dos aspectos que abalavam a autoestima. Laura relata que sentiu uma grande mudança na percepção sobre ela: “ou, muito... Dá muita diferença. Você se olha no espelho assim, eu me senti muito mais bonita e feliz comigo mesma”. A baixa autoestima e a autoimagem podem interferir diretamente na escolha para realizar a cirurgia, assim como Amanda se incomodava por ter bochechas “grandes” e após o procedimento esse incômodo passou.

Em uma pesquisa realizada por Sante e Passian (2011), com mulheres que realizam cirurgias plásticas, consta que as mulheres que desejavam tais procedimentos apresentavam maior sensibilidade aos acontecimentos cotidianos no geral, comparado com mulheres que fizeram cirurgias plásticas reparadoras. Posto isso, a baixa autoestima e distorção da autoimagem podem trazer impactos reais para a vida das mulheres, como ansiedade, falta de confiança em

si mesmas e maior estresse. Na mesma pesquisa, mulheres que fizeram lipoaspiração e/ou mamoplastia se apresentaram mais insatisfeitas com o corpo. Assim, Bianca, que fez abdominoplastia, uma cirurgia semelhante, também diz não se sentir completamente satisfeita, mesmo após o procedimento.

É perceptível que anteriormente, a autoimagem das entrevistadas, influenciava a maneira de se sentirem no cotidiano. Por exemplo, Bárbara diz: “minha autoestima melhorou bastante, meu cotidiano melhorou porque antes eu ficava muito incomodada com roupa, não me sentia bem com as roupas e agora, muito difícil eu colocar uma roupa que eu não goste”. Bianca ressalta outros aspectos ao afirmar que, “quando eu tive minha primeira filha, eu falei que nunca mais ia usar um biquíni. Fiquei bem mais à vontade, e tem também aquela coisa das pessoas falarem “nossa, você ficou ótima””. Apenas Amanda disse que a relação que tinha com as pessoas à sua volta continuou a mesma.

Sendo assim, podemos identificar que a autoestima das entrevistadas se alterou, e o cotidiano delas foi modificado de forma positiva. Com isso, percebemos que “o ser belo” passa a afetar diretamente o cotidiano, como posto pelas entrevistadas, que demonstraram se sentirem mais confortáveis e menos julgadas pelas pessoas ao seu redor após a realização dos procedimentos estéticos. Conforme Ferraz e Serralta (2007, p. 2):

Atualmente, as relações entre as pessoas estão cada vez mais efêmeras, sendo a aparência, ou seja, a impressão física, um importante elemento de julgamento nas interações sociais. O comportamento se estrutura no que é considerado belo ou menos belo. Assim, a beleza passa a ser um valor social que pode garantir sucessos ou fracassos, tanto nas relações interpessoais quanto na vida profissional.

Nessa perspectiva, é possível afirmar que, apesar do motivo para a realização dos procedimentos poder estar interligado ao seguimento de um determinado padrão, de modo geral, considerando a pequena amostra de participantes desta pesquisa, as cirurgias mudaram de forma positiva e significativa a vida dessas mulheres. Assim, trouxeram novas formas para essas jovens se conhecerem e se sentirem mais libertas. Aqui, vale ressaltar que apesar de tais cirurgias proporcionarem esses aspectos positivos e de bem-estar, ainda assim deve-se considerar todos os fatores de risco a elas associados.

Foi também perguntado às entrevistadas se elas planejam realizar algum outro procedimento estético. Posto isso, a maior parte das participantes demonstrou interesse em realizar novas cirurgias, entre as quais foram mencionadas rinoplastia, lipoaspiração, abdominoplastia e outras. Lorena demonstrou dúvida a esse respeito, mas, mesmo tendo passado por complicações pós-cirúrgicas, ela afirmou:

Não vou mentir, tipo assim, eu não acho que eu vou descartar, tipo..., mas com certeza eu vou pensar muito antes de fazer alguma da magnitude que eu fiz, eu acho que... a gente... aquele negócio, acho que não sabe o que vai acontecer com a gente até que acontece uma grande merda e... eu acho que não descarto, quero fazer botox inclusive.

Compreendemos com o relato acima que o desejo de realizar novas cirurgias ou procedimentos não cirúrgicos está presente mesmo em mulheres que sofreram complicações pós-cirúrgicas. Os fatores que podem estar ligados a esse desejo são a pressão social exercida por familiares, trabalho, cônjuges e amigos. Contudo, deve-se considerar que a escolha para novos procedimentos pode vir também para realçar partes do seu corpo ou elevar ainda mais a autoestima, como afirma Yamasaki *et al.* (2013, p. 34): “é possível que, para pessoas com autoestima elevada, a cirurgia plástica estética seja algo positivo, sendo um meio proativo de reforçar a autoimagem”.

Por fim, e retomando os alertas de Lorena sobre a seriedade da decisão para a realização desses procedimentos estéticos, vários fatores devem ser considerados, como o quanto a cirurgia é invasiva; o tempo de recuperação; as condições da saúde mental e talvez uma das perguntas mais importantes: “por que devo fazer essa cirurgia?”, se por desejo próprio ou por influência. Desses aspectos demonstram que as cirurgias não devem ser banalizadas. Uma reportagem feita por Custódio (2021) para a SBCP traz o seguinte alerta: “[...] se houver idealizações ou se a pessoa está passando por problemas relacionados à saúde mental, realizar um procedimento estético, seja ele cirúrgico ou não cirúrgico, não deve ser a saída...”.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao finalizar este estudo, podemos afirmar que as redes sociais contribuem de forma significativa para a construção de um modelo de beleza feminina. Todas as entrevistadas apontam para o impacto das redes em suas percepções sobre beleza. Porém, não observamos um incômodo ou tentativa de rompimento com esse ciclo de desejo estético, exceto Lorena, que tem buscado essa desconstrução.

Percebemos que, para atingir os padrões estéticos definidos culturalmente, as mulheres entrevistadas, de modo geral, não analisam e refletem sobre os meios e as estratégias a serem utilizados para a obtenção desses fins. Por exemplo, o uso indiscriminado de remédios para emagrecimento, que podem provocar complicações à saúde, além das dietas sem acompanhamento médico, baseada em jejuns que podem causar diversas doenças.

Como compreendido ao longo da pesquisa, o conceito de beleza feminina não tem uma definição exata, pois, de acordo com cada cultura e época, o padrão social se altera, pressionando as mulheres a buscarem formas para se adaptarem e serem aceitas. Desse modo, mesmo que tenham ocorrido algumas mudanças, considerando a singularidade de cada mulher, ainda é possível identificar padrões estéticos enraizados em nossa sociedade, o que resulta em comportamentos e atitudes corriqueiras e visíveis em nosso cotidiano.

As participantes, em alguns relatos, demonstram não perceber as influências recebidas, porém, após a realização dos procedimentos, elas passaram a se sentir mais aceitas, alterando sua autoestima. Esse fato nos leva a pensar como as mulheres são cobradas a atender aos padrões.

Além da área da Psicologia, este tema é discutido em diversas outras áreas de conhecimento, mas é preciso que cada vez mais seja analisado interdisciplinarmente de maneira a contribuir para a superação de certos padrões sociais e possibilitar a conscientização acerca das cirurgias estéticas e de sua relação com a saúde mental e física das mulheres na contemporaneidade.

REFERÊNCIAS

APROBATO, Valéria C. Corpo digital e bem-estar na rede Instagram: um estudo sobre as subjetividades e afetos na atualidade. **Boletim - Academia Paulista de Psicologia**, São Paulo, v. 38, n. 95, p. 157-164, jul./dez. 2018. Disponível em: http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-711X2018000200003 Acesso em: 25 nov. 2020.

AVELAR, Cátia Fabíola Parreira de; VEIGA, Ricardo Teixeira. Como entender a vaidade feminina usando a auto-estima e a personalidade. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 53, n. 4, p. 338-349, ago. 2013. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-75902013000400002&lng=en&nrm=iso Acesso em: 21 maio 2021.

BARBOSA, Maria Raquel; MATOS, Paula Mena; COSTA, Maria Emília. Um olhar sobre o corpo: o corpo ontem e hoje. **Psicologia & Sociedade**, Porto Alegre, v. 23, n. 1, p. 24-34, abr. 2011. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/psoc/a/WstTrSKFNy7tzvSyMpqfWjz/?format=pdf&lang=pt> Acesso em: 5 out. 2021.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ltda, 2001.

BELEZA. DICIO, **Dicionário Online de Português**, 2020. Disponível em: <https://www.dicio.com.br/beleza/> Acesso em: 8 nov. 2020.

BELMIRO, Dalila Maria M.; DE PAULA, Lucas G. C.; LAURINDO, Priscila F. de A.; VIANA, Pablo M. F. Empoderamento ou Objetificação: Um estudo da imagem feminina construída pelas campanhas publicitárias das marcas de cerveja Devassa e Itaipava. Intercom

– Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Rio de Janeiro, 4 a 7 set. 2015.

BORSOI, Bruna F. G.; GUIMARÃES, Raul B. Impactos sociais das cirurgias plásticas e a saúde de meninas jovens no Brasil. IX Simpósio Nacional de Geografia da Saúde, Blumenau, 2019. Disponível em: <http://inscricao.eventos.ifc.edu.br/index.php/geosaude/geosaude/paper/viewFile/1388/377> Acesso em: 25 out. 2020.

BRUNELLI, Priscila; AMARAL, Shirlena; SILVA, Pauline. Autoestima alimentada por “likes”: uma análise sobre a influência da indústria cultural na busca pela beleza e o protagonismo da imagem nas redes sociais. **Revista Philologus**, Campos, v. 25, p. 226-236, 2019. Disponível em: http://www.filologia.org.br/xi_sinefil/completos/autoestima_PRISCILA.pdf Acesso em: 27 maio 2021.

CANO, Maria Aparecida Tedeschi; FERRIANI, Maria das Graças Carvalho; MEDEIROS, Marcelo; GOMES, Romeu. Auto-imagem na adolescência. **Revista Eletrônica de Enfermagem** (online), Goiânia, v. 1, n. 1, out./dez. 1999. Disponível em: <https://revistas.ufg.br/fen/article/view/668/734> Acesso em: 16 nov. 2020.

COSTA, Ana Kerlley Souza. Hipersexualização frente ao empoderamento: a objetificação do corpo feminino evidenciada. Seminário Universidade Federal do Rio Grande, set. 2018. Disponível em: <https://7seminario.furg.br/images/arquivo/338.pdf> Acesso em: 09 jul. 2021.

CUSTÓDIO, Gabriela. **Autoimagem**: a insatisfação com o próprio corpo e a busca por procedimentos estéticos. 2021. Disponível em: <http://www2.cirurgiaplastica.org.br/blog/2021/02/13/autoimagem-a-insatisfacao-com-o-proprio-corpo-e-a-busca-por-procedimentos-esteticos/>. Acesso em: 02 mar. 2021.

DUARTE, Rosália. Entrevistas em pesquisas qualitativas. **Educar em Revista** [online], Curitiba, n. 24, p. 213-225, 2004. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/0104-4060.357> Acesso em: 6 jul. 2021.

ESTÉTICA. DICIO, **Dicionário Online de Português**, 2020. Disponível em: <https://www.dicio.com.br/estetica/> Acesso em: 8 nov. 2020.

FERRAZ, Sabrina Borges. SERRALTA, Fernanda Barcellos. O impacto da cirurgia plástica na auto-estima. **Revista Estudo e publicações em Psicologia**. Rio de Janeiro, v. 7, n. 3. P. 557 - 569, 2007. Disponível em: <http://www.revispsi.uerj.br/v7n3/artigos/html/v7n3a15.htm>. Acesso em: jul. 2021.

FREITAS, Maria do Carmo Soares de. Mulher light: corpo, dieta e repressão. In: FERREIRA, Silvia Lúcia; NASCIMENTO, Enilda Rosendo do (orgs.). **Imagens da mulher na cultura contemporânea**. Salvador: Núcleo de Estudos Interdisciplinares sobre a Mulher - NEIM/UFBA, 2002. p. 23-34.

GURGEL, Alexandra. **ALEXANDRISMOS**. 2015. Disponível em: <https://www.youtube.com/c/ALEXANDRISMOS/about>. Acesso em: 10 ago. 2020.

ISAPS, Sociedade Internacional de Cirurgias Plásticas. Estudo internacional mais recente revela que as cirurgias estéticas continuam crescendo em todo o mundo. Disponível em:

<https://www.isaps.org/wp-content/uploads/2019/12/ISAPS-Global-Survey-2018-Press-Release-Portuguese.pdf> Acesso em: 11 set. 2020.

JORNAL, Apcd (org.). Bichectomia: o que é, quais os prós e os contras. 2022. Disponível em: <https://www.apcd.org.br/index.php/noticias/326/24-10-2016/bichectomia-o-que-e-quais-os-pros-e-os-contras?email=>. Acesso em: 18 jul. 2022.

LEAL, Virgínia Costa Lima Verde; CATRIB, Ana Maria F.; AMORIM, Rosendo F.; MONTAGNER, Miguel Ângelo. O corpo, a cirurgia estética e a Saúde Coletiva: um estudo de caso. **Ciência & Saúde Coletiva** [online], [s.l.], v. 15, n. 1, p. 77-86, 2010. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S1413-81232010000100013> Acesso em: 20 Maio. 2021.

LIRA, Ariana Galhardi; GANEN, Aline de P.; LODI, Aline S.; ALVARENGA, Marle dos S. Uso de redes sociais, influência da mídia e insatisfação com a imagem corporal de adolescentes brasileiras. **Jornal Brasileiro de Psiquiatria** [online], São Paulo, v. 66, n. 3, p. 164-171, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/0047-2085000000166> Acesso em: 14 out. 2020.

LOUREIRO, Carolina Piazzarollo. **Corpo, beleza e auto-objetificação feminina**. 2014. 147 f. Dissertação (Mestrado em Psicologia) - Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, 2014.

MARINA, Anna. Cirurgia plástica virou mania entre os adolescentes. **Estado de Minas**, Belo Horizonte, 15 nov. 2019. Disponível em: https://www.em.com.br/app/colunistas/anna-marina/2019/11/15/interna_anna_marina,1101234/cirurgia-plastica-virou-mania-entre-os-adolescentes.shtml Acesso em: 11 set. 2020.

MARZOCHI, Ilana Feldman. “Antes e depois”: reality shows de intervenção, reformatação do corpo e produção de esquecimento. V Encontro de Núcleos de Pesquisa da Intercom, 2005. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/R0693-1.pdf> Acesso em: 25 maio 2021.

MAXIMILIANO, João; OLIVEIRA, Antônio Carlos Pinto; LORENCETTI, Emilaine; BOMBADELLI, João; PORTINHO, Crio Paz; DEGGERONE, Daniel; HOYOS, Jorge; COLLARES, Marcus Vinicius Martins. Mamoplastia de aumento: correlação entre o planejamento cirúrgico e as taxas de complicações pós-operatórias. **Revista Brasileira de Cirurgia Plástica**, Porto Alegre, v. 3, n. 32, p. 332-337, nov. 2016. Disponível em: <http://www.rbc.org.br/details/1860/pt-BR/mamoplastia-de-aumento--correlacao-entre-o-planejamento-cirurgico-e-as-taxas-de-complicacoes-pos-operatorias> Acesso em: 25 maio 2021.

MOSQUERA, Mouriño; STOBAS, Juan José; DIETER, Claus. Auto-imagem, auto-estima e auto-realização: qualidade de vida na universidade. **Psicologia, Saúde e Doenças**, Lisboa, v. 7, n. 1, p. 83-88, 2006. Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=36270106> Acesso em: 10 Jun. 2021.

PEPINO, Dra. Luciana L.. ABDOMINOPLASTIA. 2022 d. Disponível em: <https://www.lucianapepino.com.br/cirurgia-plastica/abdominoplastia/>. Acesso em: 18 jul. 2022.

PEPINO, Dra. Luciana L.. LIPOASPIRAÇÃO. 2022 c. Disponível em: <https://www.lucianapepino.com.br/cirurgia-plastica/lipoaspiracao/>. Acesso em: 18 jul. 2022.

PEPINO, Dra. Luciana L.. Mamoplastia de Aumento. 2022 a. Disponível em: <https://www.lucianapepino.com.br/cirurgia-plastica/mamoplastia-de-aumento/>. Acesso em: 18 jul. 2022.

PEPINO, Dra. Luciana L.. RINOMODELAÇÃO. 2022 e. Disponível em: <https://www.lucianapepino.com.br/procedimentos-esteticos/rinomodelacao>. Acesso em: 18 jul. 2022.

PEPINO, Dra. Luciana L.. MASTOPEXIA. 2022 b. Disponível em: <https://www.lucianapepino.com.br/cirurgia-plastica/mastopexia/>. Acesso em: 18 jul. 2022.

PINTO, Céli Regina Jardim. Feminismo, história e poder. **Revista de Sociologia Política**, Curitiba, v. 18, n. 36, p. 15-23, jun. 2010. Disponível em: https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-44782010000200003 Acesso em: 05 maio 2021.

SANTE, Ana Beatriz; PASIAN, Sonia Regina. Imagem corporal e características de personalidade de mulheres solicitantes de cirurgia plástica estética. **Psicologia: Reflexão e Crítica** [online], Ribeirão Preto, v. 24, n. 3, p. 429-437, 2011. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/prc/a/NhPggjnLv5tYdVt8pcjjJmc/?lang=ptsECCH> Acesso em: 21 maio 2021.

SANTOS, Kadu Pereira dos; SILVA, Guilherme Eduardo da; MODESTO, Karina Ribeiro. Perigo dos medicamentos para emagrecer. **Revista de Iniciação Científica e Extensão**, Valparaíso de Goiás, v. 2, n. 1, p. 37-45, 2019. Disponível em: <https://revistasfasesa.senaaires.com.br/index.php/iniciacao-cientifica/article/view/140> Acesso em: 21 maio 2021.

SECCHI, Kenny, CAMARGO, Brígido Vizeu; BERTOLDO, Raquel Bohn. Percepção da imagem corporal e representações sociais do corpo. **Psicologia: Teoria e Pesquisa** [online], Brasília, v. 25, n. 2, p. 229-236, abr./jun. 2009. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ptp/a/XJTvDh7DNdbMfwLLPZrXpbF/abstract/?lang=pt> Acesso em: 13 maio 2021.

SOUSA, Marília de Oliveira de; SIRELLI, Paula Martins. Nem santa, nem pecadora: novas roupagens, velhas dicotomias na coisificação da mulher. **Serviço Social & Sociedade** [online], São Paulo, n. 132, p. 326-345, 2018. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ssoc/a/gXHm78WFWRyz3mkK6qtYMPv/abstract/?lang=pt#> Acesso em: 2 maio 2021.

SUASSUNA, Ariano. Natureza e objeto da Estética. In: _____. **Iniciação à Estética**. 12. ed. rev. Rio de Janeiro: José Olympio, 2013. Cap. 1, p. 13-16. Disponível em: https://facbel.edu.br/wp-content/uploads/2020/07/ARIANO_SUASSUNA_iniciacao_a_estetica_12a.pdf Acesso em: 15 Nov. 2020.
WOLF, Naomi. **O mito da beleza**: como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres. Rio de Janeiro: Rocco, 1949.

YAMASAKI, Viviane; PONCHIO, Mateus Cannitti; COSTA E SILVA, Susana; ROCHA, Thelma Valéria. **O consumo de cirurgia estética**: a influência da autoestima e do materialismo. São Paulo: Comitê Científico Interinstitucional, 2013. Disponível em: <https://periodicos.uninove.br/revistargss/article/view/12701/6231> Acesso em: 16 maio 2021.