

**UNIVERSIDADE CESUMAR – UNICESUMAR**  
**CENTRO DE CIÊNCIAS BIOLÓGICAS E DA SAÚDE**  
**CURSO DE GRADUAÇÃO EM ENFERMAGEM**

**MÍDIAS SOCIAIS E A INFLUÊNCIA NA ESTÉTICA: OS REFLEXOS NA VIDA  
DAS PESSOAS DURANTE A PANDEMIA DE COVID-19 NO BRASIL**

**IZABELA DA SILVA SANTOS**  
**LARISSA CRISTINA SILVA**

**MARINGÁ/PR**  
**2022**

IZABELA DA SILVA SANTOS  
LARISSA CRISTINA SILVA

**MÍDIAS SOCIAIS E A INFLUÊNCIA NA ESTÉTICA: OS REFLEXOS NA VIDA  
DAS PESSOAS DURANTE A PANDEMIA DE COVID-19 NO BRASIL**

Artigo apresentado ao curso de graduação em enfermagem da Universidade Cesumar como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharela em Enfermagem sob a orientação do Prof. Me. Natan Nascimento de Oliveira.

MARINGÁ/PR

2022

Izabela da Silva Santos

Larissa Cristina Silva

**Mídias Sociais e a influência na estética: os reflexos na vida das pessoas durante a  
pandemia de Covid-19 no Brasil**

Artigo apresentado ao curso de graduação em Enfermagem da Universidade  
UniCesumar, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel(a) em  
Enfermagem, sob a orientação da Prof<sup>a</sup> Natan Nascimento de Oliveira

Aprovado em: 11 de novembro de 2022

BANCA EXAMINADORA

  
\_\_\_\_\_

Prof<sup>a</sup> Natan Nascimento de Oliveira

  
\_\_\_\_\_

Prof<sup>a</sup> Aliny de Lima Santos

# MÍDIAS SOCIAIS E A INFLUÊNCIA NA ESTÉTICA: OS REFLEXOS NA VIDA DAS PESSOAS DURANTE A PANDEMIA DE COVID-19 NO BRASIL

Izabela Da Silva Santos

Larissa Cristina Silva

## RESUMO

**Objetivo:** Compreender como as mídias sociais interferiram na realização de procedimentos estéticos durante a pandemia da COVID-19. **Método:** Trata-se de uma pesquisa qualitativa, com caráter descritivo, exploratório, realizado na cidade de Maringá/PR, junto a oito participantes. A coleta ocorreu no mês de setembro de 2022, por meio de questionário sociodemográfico e roteiro semiestruturado guiado pela seguinte pergunta norteadora: “A mídia influenciou na tomada de decisão para realizar um procedimento estético durante a pandemia da Covid-19?”. **Resultados:** Emergiram duas categorias temáticas “Eu acabo me cobrando muito: os sentimentos advindos da pressão estética” e “A influência das mídias sociais na vida e na aparência”. **Conclusão:** Durante a pandemia houve aumento da utilização das mídias sociais que acabou influenciando na tomada de decisão sobre realizar ou não um procedimento estético, por meio de imagens de outras pessoas e pelos influenciadores digitais.

**Palavras-chave:** Tomada de decisões. Estética. Mídias sociais.

## SOCIAL MEDIA AND THE INFLUENCE ON AESTHETICS: THE REFLECTIONS ON PEOPLE'S LIVES DURING THE COVID-19 PANDEMIC IN BRAZIL

### ABSTRACT

**Objective:** To understand how social media interfered in the performance of aesthetic procedures during the COVID-19 pandemic. **Method:** This is a qualitative research, with a descriptive, exploratory character, carried out in the city of Maringá - PR, with eight participants. For the selection of these, the Snowball method was used. The collection took place from April to May 2022, through a sociodemographic questionnaire and semi-structured script guided by the following guiding question: “Did the media influence the decision-making to perform an aesthetic procedure during the Covid-19 pandemic?”. **Results:** Two thematic categories emerged “I end up charging myself a lot: the feelings arising from aesthetic pressure” and “The influence of social media on life and appearance”. **Conclusion:** During the pandemic, there was an increase in the use of social media, which ended up influencing decision-making

about whether or not to perform an aesthetic procedure through images of other people and digital influencers.

**Keywords:** Decision Making. Aesthetics. Social Media.

## 1 INTRODUÇÃO

As mídias sociais possuem impacto negativo na autoestima e na autoimagem corporal das pessoas, ficando ambas prejudicadas, o que, por consequência, gera uma insatisfação, pois as redes propagam idealizações de biotipo que interferem na percepção do próprio corpo<sup>1-3</sup>.

Os preceitos por parte das mídias de um ideal de beleza fazem com que o consumidor almeje um determinado *status quo* estando diretamente ligado aos *apps* emagrecedores, à ótima apresentação das fotografias, retoques em geral, estilos de maquiagem e, por fim, ao recebimento de curtidas<sup>4</sup>.

Desde a Antiguidade, quando o exército ficava gravemente ferido nas guerras, passaram a ser realizadas as operações cirúrgicas e, a partir disso, os procedimentos cirúrgicos têm sido cada vez mais aprimorados, desde curativos até cosméticos<sup>5</sup>. Vale ressaltar que ocorreram aproximadamente 1,5 milhão de cirurgias estéticas no Brasil em 2019, ocupando o primeiro lugar da lista, o que certifica a evolução de tais procedimentos<sup>6</sup>.

Com o rápido aumento do número de cirurgias, algumas pessoas passam a realizá-las obsessivamente, o que tem chamado a atenção dos profissionais de saúde, pois a operação possui dois lados, o lado em que a pessoa fica saudável e satisfeita com sua aparência ou o lado em que pode haver efeitos negativos como hematomas, necrose de tecidos e até infecções de pele, e devido a isso pode ocorrer perda da qualidade de vida<sup>7,8</sup>.

Com a chegada da COVID-19, sendo ela uma doença infecciosa causada pelo coronavírus (SARS-CoV-2)<sup>9</sup>, fez-se necessário que a população entrasse em isolamento e, por consequência, as pessoas começaram a usufruir demasiadamente das mídias sociais, fazendo com que passassem a ser influenciadas pela mesma e tivessem o desejo de buscar realizar algum procedimento estético<sup>10</sup>.

Apesar de muitos estudos, ainda se vê poucos trabalhos destinados a falar dos malefícios causados pela influência das redes sociais por meio dos conteúdos visuais como fotos e pelos influenciadores digitais por meio dos *storys*. A mídia está sendo cada vez mais agressiva sobre os procedimentos estéticos, com isso, aumentando o número de casos, e junto ao isolamento veio o estar bem consigo mesmo e, diante disso, houve um aumento do número de procedimentos<sup>10</sup>.

Perante o exposto, será possível, por meio desta pesquisa, conhecer quais foram as consequências trazidas por essa ação. Acredita-se que o cumprimento das ideias propostas pela pesquisa possibilitará uma compreensão mais adequada das influências que a mídia tem sobre a tomada de decisão das pessoas na hora de realizar um procedimento. Sendo assim, a pergunta

que se faz é: Como a influência da mídia interferiu na tomada de decisão ao realizar procedimentos estéticos durante a pandemia? Desta forma, o objetivo deste trabalho foi compreender como as mídias sociais interferiram na realização de procedimentos estéticos durante a pandemia da COVID-19.

## 2 METODOLOGIA

Trata-se de uma pesquisa qualitativa, com caráter descritivo, realizada no Município de Maringá/PR, Brasil, com uma população de aproximadamente 436.472 habitantes, sendo a terceira maior do estado e considerada uma das cidades mais arborizadas do país. No município, até outubro de 2022, aproximadamente 45.124 pessoas morreram devido à pandemia, que atualmente registra um pequeno número de casos confirmados a cada dia<sup>11</sup>.

Para a seleção de participantes, foram definidos como foco o Instagram e o Facebook, devido a serem as redes sociais mais utilizadas nos dias atuais e serem redes de compartilhamento de fotos, vídeos, *storys* em tempo real, tendo uma grande quantidade de alcance de usuários.

O estudo foi composto por pessoas que realizaram procedimentos estéticos durante a pandemia, considerando os seguintes critérios de seleção: pessoas com idade de 18 a 60 anos, que tenham realizado algum procedimento estético durante o período de março de 2020 a março de 2022, nas clínicas em geral. Os critérios de exclusão foram: pessoas com idade superior a 60 anos e menores de 18 anos, que não realizaram um procedimento durante o período de pandemia ou que não se enquadre na categoria de procedimentos estéticos.

A coleta ocorreu no mês de setembro de 2022, por meio de roteiro sociodemográfico e entrevista semiestruturada guiada pela seguinte questão norteadora: “A mídia influenciou na tomada de decisão para realizar um procedimento estético durante a pandemia da COVID-19?”

As entrevistas foram realizadas de modo presencial e mediante o agendamento, para um melhor conforto do participante, e ocorreram de forma individual, respeitando as medidas preventivas da disseminação da COVID-19, a fim de assegurar a integridade da saúde dos participantes e dos entrevistadores. Inicialmente, foram realizadas entrevistas com pessoas conhecidas pelas entrevistadoras, e seguindo conforme as participantes iniciais indicavam outras para participarem do presente estudo.

Todas as pessoas abordadas para a realização das entrevistas participaram. Durante o momento inicial das entrevistas foi realizada a leitura do TCLE e apresentados os riscos e

benefícios da pesquisa, como também coletado o aceite para a participação. Foram gravadas com recursos de áudio mediante autorização e transcritas na íntegra posteriormente.

A análise de dados se baseou na Análise de Conteúdo, fundamentada por Laurence Bardin<sup>12</sup>. A pré-análise, com caráter organizacional, envolve a escuta atenta e uma leitura flutuante das informações coletadas. Na fase de exploração, são selecionadas as unidades de codificação, por meio da classificação das categorias por agrupamento de conteúdo similares. Por último, a terceira fase ou tratamento dos resultados, com as inferências e interpretações, que analisa os resultados e procura torná-los válidos e significativos<sup>12</sup>.

A coleta de informações do presente estudo ocorreu após aprovação do Comitê Permanente de Ética em Pesquisas com Seres Humanos (COPEP) da signatária e assinatura do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido.

Para a preservação da identidade dos entrevistados foi atribuído um código composto pela letra U (inicial de usuário), seguida pelo número da ordem em que as entrevistas ocorrerão (U1, U2...).

Um questionário inicial foi realizado para melhor delineamento e compreensão, contendo as seguintes questões:

- a) Sociodemográficas: nome, idade, sexo, número de filhos, estado civil, ocupação/trabalho, naturalidade e nacionalidade;
- b) Conceitos clínicos: Já realizou algum procedimento estético durante a pandemia? Qual foi seu último procedimento?
- c) De opinião: Teve influência das mídias na tomada de decisão sobre um procedimento? Qual mídia mais influenciou no procedimento estético? Qual procedimento mais chamou sua atenção? Sente que o procedimento mudou sua autoestima? Se arrependeu de algum procedimento estético realizado?

A avaliação ética do estudo envolvendo seres humanos foi submetida, conforme a Resolução nº 466/12, ao Comitê de Ética e Pesquisa da Universidade Cesumar (CEP/UniCesumar), sob o número de aprovação 5.643.533.

Todos os participantes foram consultados e informados sobre o objetivo do projeto, riscos e benefícios e o caráter não obrigatório de sua participação, assegurando a confidencialidade dos dados mencionados e a privacidade dos sujeitos, e assinaram o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE).

### **3 RESULTADOS**



Foram entrevistados oito participantes com idade entre 26 e 46 anos, todos do sexo feminino. Cinco com ensino superior completo. Das oito participantes, cinco eram casadas e três, solteiras. Destaca-se que todas realizaram pelo menos um procedimento estético durante o período da pandemia, de março de 2020 a março de 2022.

Os dados analisados levaram à identificação de duas categorias temáticas: “Eu acabo me cobrando muito: os sentimentos advindos da pressão estética” e “A influência das mídias sociais na vida e na aparência”.

### **Eu acabo me cobrando muito: os sentimentos advindos da pressão estética**

A pressão estética existente provoca nas pessoas, principalmente nas mulheres, um aglomerado de sensações e sentimentos negativos em relação à autoimagem. A frustração foi um dos sentimentos mais presentes nas falas das participantes, sendo advinda tanto da frustração com o próprio corpo, quanto por acabar realizando procedimentos para se encaixar no padrão estético socialmente estabelecido.

*“O que me frustra é lembrar que eu já fui como eu estou hoje (nos padrões estabelecidos socialmente)” (U1)*

*“Eu tentei de tudo, mas não funcionava nada (dos procedimentos não estéticos)” (U2)*

*“Não ficou em mim do jeito que eu achei que fosse (ficar)” (U5)*

Além disso, as participantes relataram problemas com a autoimagem devido à visão que outras pessoas tinham sobre o corpo delas, pois, socialmente, um corpo “magro” é sinônimo de beleza, sendo estes sentimentos decisivos na escolha de realizar ou não o procedimento estético.

*“Eu cheguei a pesar 48 quilos. Eu fiquei fascinada naquele peso. Para mim, (aquele) era o peso ideal” (U1)*

*“É, mas eu já fiz Botox, já fiz abdominoplastia, já fiz mama, que mais eu fiz? Massagens modeladoras, já fiz redução de estômago” (U2)*

*“Mexeu no corpo inteiro, na papada também, fiz tudo, fiz cirurgia íntima também” (U3)*

Diante dessas influências e das cobranças por não estar dentro dos padrões estabelecidos pelas mídias, a busca por procedimentos estéticos é iminente, o que, muitas vezes, ocorre sem a procura de um profissional qualificado.

*“Quando ela fez em mim, ela pegou uma veia que eu tenho aqui e ela estourou essa veia” (U5)*

*“Eu me arrependo do lugar que eu fiz e com a profissional que eu fiz” (U5)*

Dessa maneira, a frustração e decepção por não conseguirem atingir as expectativas que haviam criado aumentam e, assim, buscaram um segundo profissional para corrigir o erro causado no primeiro procedimento.

*“A gente é influenciada sim. Nossa!, que boca bonita. Fulana fez. Nossa!, cicrana fez. Ah, vou fazer também. Com certeza, em relação à rede social, ela que coloca ali pra você” (U3)*

*“Acompanhar o grupo no Facebook das pós-operatórias influenciou um pouco sim” (U2)*

*“A gente vê as vidas perfeitas no Facebook, os corpos perfeitos, a gente quer se aproximar” (U1)*

Com isso, é possível concluir que, com a exposição a imagens que evidenciam melhorias estéticas, ocorre o aumento da pressão já existente provocada nas pessoas em relação à autoimagem. Como repercussão, a frustração foi o sentimento mais declarado pelas participantes em relação ao seu corpo, resultando na procura por procedimentos estéticos a fim de atingir o corpo que é mostrado pelos influenciadores digitais.

### **A influência das mídias sociais na vida e na aparência**

As mídias sociais influenciam em vários aspectos da vida, incluindo na percepção de si e nas decisões sobre como viver a própria vida. Essas influências são refletidas no modo de viver dessas mulheres, fazendo com que ocorra o desejo de ter aquele corpo mostrado nas mídias, levando a uma cobrança maior de si mesma.

*“Eu acabo me cobrando muito” (U3)*

*“Eu acredito que (as mídias) influencia sim [...]” (U5)*

*“Acredito que sim. [...] Ela posta (os procedimentos), posta os resultados, ela posta como que ficou os outros tratamentos [...]” (U6)*

*“A gente fica olhando (as mídias), nossa!, olha que bonito!, e tal [...]” (U8)*

A violência foi fator presente nas vivências das mulheres, que relataram *bullying* por parte de parentes próximos e problemas desencadeados a partir disso. Além da influência das mídias, o *bullying* também influencia a realizar os procedimentos estéticos<sup>14</sup>.

*“Eu sofri muito bullying da minha mãe. (A minha mãe) não admitia que eu era gorda, então, eu fui muito ofendida ao longo da minha vida pela minha própria mãe” (U5)*  
*“Eu sofria bullying por parte da minha tia. [...] inclusive me desencadeou um problema” (U8)*

Desse modo, foi notório que não estar dentro dos padrões de corpo ideal resulta, muitas vezes, em sofrer *bullying*, em alguns casos, sendo realizado por parentes próximos, levando a pessoa a ter uma cobrança maior de si mesma com o propósito de conseguir atingir as expectativas da sociedade e, em casos piores, podendo desencadear problemas físicos e psicológicos.

#### 4 DISCUSSÃO

Este estudo elucidou questões importantes sobre a experiência estética a partir da influência das mídias sociais, sistematizando a percepção de pessoas que fizeram procedimentos e mostrando como elas enxergavam esse processo.

A amostra foi constituída apenas por mulheres, embora não tenha sido elencado como fator de seleção. Isto pode se relacionar com o fato de mulheres terem a exigência estética de permanecerem sempre jovens em sua aparência e estarem mais abertas para falar sobre suas experiências com os procedimentos, enquanto homens buscam menos os serviços estéticos e têm menos abertura para falar sobre esse movimento, vendo como uma falha da masculinidade<sup>13-15</sup>.

As categorias emergentes da análise de conteúdo indicam uma estreita relação da estética com o bem-estar e com as mídias sociais. Campana, Ferreira e Tavares<sup>15</sup> apontam que

[...] maior aceitação de cirurgia plástica estética pautada em motivações sociais se associou a maiores benefícios pessoais percebidos com a realização da cirurgia plástica estética, maior tendência a se decidir a fazer uma cirurgia plástica estética após considerar seus riscos e efeitos colaterais, maior internalização geral midiática de informações sobre beleza e atratividade, e também maior internalização do ideal de corpo atlético na avaliação da aparência e menor apreciação do corpo<sup>15</sup>.

Ainda, podem ser destacadas as falas sobre a autoestima das mulheres com seu próprio corpo. Sobre isso, estudos qualitativos sobre a relação das mídias sociais com a autoestima destacam que aproximadamente 88% das pessoas fazem comparações com as postagens fotográficas das redes sociais que exibem padrões idealizados. Devido às mídias sociais terem se tornado, nos últimos anos, uma atividade de lazer cada vez mais popular em diversos países, esse aumento de tempo faz com que a autoestima dos indivíduos diminua, por estarem expostos a uma grande quantidade de conteúdo de um padrão idealizado diferente do seu<sup>16-18</sup>.

Uma revisão de literatura destaca que a realização de procedimentos estéticos impacta na autoestima de mulheres, de forma positiva<sup>20</sup>. Estes achados vão de encontro com os resultados da presente pesquisa, ainda que haja relatos de efeitos negativos, o que deve ser considerado como parte essencial da experiência humana e suas singularidades<sup>19,20</sup>.

Como limitações deste estudo, destaca-se a realização das entrevistas de modo *on-line*, impedindo que os pesquisadores pudessem garantir total conforto e segurança durante a realização da pesquisa. Destaca-se, também, a falta de pessoas do sexo masculino, que pudessem elucidar as questões estéticas nos homens. Contudo, os resultados da pesquisa são proveitosos e importantes na construção de um conhecimento sobre a estética e as mídias sociais.

## 5 CONCLUSÃO

Conclui-se, portanto que, com o isolamento social ocasionado pela pandemia, houve um aumento no tempo de utilização de redes sociais, fazendo com que as pessoas ficassem mais tempo imersas em conteúdo de influenciadores. E, em grande maioria, idealizavam um corpo e aparência ideal, de acordo com os padrões da sociedade atual. Isso fez com que a busca por se encaixar nesses padrões amplamente visualizados, aumentasse, o que causou, por consequência, o aumento no número de procedimentos estéticos realizados<sup>10</sup>.

É importante ressaltar que a exposição a imagens em que transparecem melhorias estéticas, tanto faciais como corporais, aumenta o desejo por realizar um procedimento, seja ele invasivo ou não. É importante também notar que a insatisfação com a aparência, e o consequente desejo pela realização de procedimentos estéticos, aumentam se o indivíduo passa uma quantidade significativa de tempo nas redes sociais, e se segue muitos influenciadores digitais<sup>21</sup>.

## REFERÊNCIAS

1. Silva FB. A influência das redes sociais na procura por tratamentos estéticos em mulheres [Internet]. 01jul.2021[citado 22out.2022]. Disponível em: <https://repositorio.animaeducacao.com.br/handle/ANIMA/17187>
2. Pinheiro T, Piovezan N, Batista H, Muner L. Relação dos procedimentos estéticos com satisfação da autoimagem corporal e autoestima de mulheres. *Revista Cathedral* [Internet]. 11fev.2020 [citado 6nov.2021];2(1). Disponível em: <http://cathedral.ojs.galoa.com.br/index.php/cathedral/article/view/106>
3. Silva AF de S, Japur CC, Penaforte FR de O. Repercussions of Social Networks on Their Users' Body Image: Integrative Review. *Psicologia: Teoria e Pesquisa* [Internet]. 2020 [cited 2021 May 1];36. Available from: [https://www.scielo.br/pdf/ptp/v36/pt\\_1806-3446-ptp-36-e36510.pdf](https://www.scielo.br/pdf/ptp/v36/pt_1806-3446-ptp-36-e36510.pdf)
4. Brunelli PB, Amaral SC de S, Silva PAIF da. Autoestima alimentada por “likes”: uma análise sobre a influência da indústria cultural na busca pela beleza e o protagonismo da imagem nas redes sociais [Internet]. Disponível em: <http://www.filologia.org.br/rph/ANO25/73supl/19.pdf>
5. Zhang WY, Hallock GG. Guillies and Dunedin: The birthplace of modern plastic surgery. *Journal of Plastic, Reconstructive & Aesthetic Surgery*, 2020; 76(3):1012-1017. Available from: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S174868152030070X>
6. G Gomes OS, Rodrigues LA, Mega LFS, Mega GS, Fernandes LS, Bernich NR, Ribeiro GD, Campos KAM de, Rodrigues FOS, Vasconcelos HG. Cirurgia plástica no Brasil: uma análise epidemiológica. *REAC* [Internet]. 3maio2021 [citado 28out.2022];24:e7375. Disponível em: <https://acervomais.com.br/index.php/cientifico/article/view/7375>
7. ISAPS. ISAPS international survey on aesthetic/cosmetic procedures performed in 2019. 2019. 2020. Available from: <https://www.isaps.org/wp-content/uploads/2020/12/Global-Survey-2019.pdf>
8. Urdiales-Gálvez F, Delgado NE, Figueiredo V, Lajo-Plaza JV, Mira M, Ortíz-Martí F, et al. Preventing the Complications Associated with the Use of Dermal Fillers in Facial Aesthetic Procedures: An Expert Group Consensus Report. *Aesthetic Plastic Surgery* [Internet]. 2017 [cited 2020 Apr 23];41(3):667–77. Available from: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC5440530/>
9. Velavan TP, Meyer CG. The COVID-19 epidemic. *Tropical Medicine & International Health* [Internet]. 2020 Feb 16;25(3):278–80. Available from: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7169770/>
10. Evangelista ES. A influência das redes sociais no comportamento estético do sujeito durante o isolamento social [Internet]. Disponível em: [https://www.fesp.org.br/store/file\\_source/FESPSP/Documentos/Manuais/FESPSP%20GT%204%20-%20Elves%20Santos%20Evangelista.pdf](https://www.fesp.org.br/store/file_source/FESPSP/Documentos/Manuais/FESPSP%20GT%204%20-%20Elves%20Santos%20Evangelista.pdf)

11. Coronavírus - COVID-19 [Internet]. Secretaria da Saúde. Disponível em: <https://www.saude.pr.gov.br/Pagina/Coronavirus-COVID-19>
  
12. Bardin, L. Análise de conteúdo. Lisboa: Edições 70; 2011. 280 p.
  
13. Cássia L de, Brito M, Prado Y, Reis B. Tratamentos estéticos para o público masculino [Internet]. [citado 22.out.2022]. Disponível em: [http://repositorio.unis.edu.br/bitstream/prefix/543/1/TRATAMENTOS%20EST%20C3%89TICOS%20PARA%20O%20P%20C3%9ABLICO%20MASCULINO.pdf?fbclid=IwAR1PB NJFKOmuq2ozzG\\_2LVQAcNrtlkpjYpaJlqEuo54-Hb2B4DZHrsRQZdA](http://repositorio.unis.edu.br/bitstream/prefix/543/1/TRATAMENTOS%20EST%20C3%89TICOS%20PARA%20O%20P%20C3%9ABLICO%20MASCULINO.pdf?fbclid=IwAR1PB NJFKOmuq2ozzG_2LVQAcNrtlkpjYpaJlqEuo54-Hb2B4DZHrsRQZdA)
  
14. Piske BLR, Pontes SX. Nível de cuidado estético: um estudo com os homens universitários da universidade do sul de santa catarina – UNISUL. [citado 22out.2022]. Disponível em: <https://repositorio.animaeducacao.com.br/bitstream/ANIMA/7925/1/N%20C3%ADvel%20de%20cuidado%20est%20C3%A9tico.%20Bruna%20Luiza%20Rodrigues%20Piske%20.pdf?fbclid=IwAR26xGO5->
  
15. Campana ANNB, Ferreira L, Tavares M da CGCF. Associações e diferenças entre homens e mulheres na aceitação de cirurgia plástica estética no Brasil. Revista Brasileira de Cirurgia Plástica [Internet]. 01mar.2012 [citado 22out.2022];27(1):108-14. Disponível em: [https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1983-51752012000100018](https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1983-51752012000100018)
  
16. Jan M, Soomro S, Ahmad N. Impact of social media on self-esteem [Internet]. Ssrn.com. 2017. Available from: [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3030048](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3030048)
  
17. Steinsbekk S, Wichstrøm L, Stenseng F, Nesi J, Hygen BW, Skalická V. The impact of social media use on appearance self-esteem from childhood to adolescence – A 3-wave community study. Computers in Human Behavior [Internet]. 2021 Jan 1;114(114):106528. Available from: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0747563220302806>
  
18. Andreassen CS, Pallesen S, Griffiths MD. The relationship between addictive use of social media, narcissism, and self-esteem: Findings from a large national survey. Addictive Behaviors. 2017 Jan;64:287-93.
  
19. Tavares ÉDR, Andrade AA, De Macêdo TSS, Silva AMTC, De Almeida RJ. Contribuição de aspectos psicossociais no ganho de peso em pacientes submetidos a cirurgia bariátrica. Estudos. 8nov.2016;43(1):90.
  
20. Martins RDSG, Ferreira ZAB. A Importância dos Procedimentos Estéticos na Autoestima da Mulher. ID on Line Revista Multidisciplinar e de Psicologia [Internet]. 28dez.2020 [citado 22out.2022];14(53):442-53. Disponível em: <https://idonline.emnuvens.com.br/id/article/viewFile/2807/4571#:~:text=A%20est%20C3%A9tica%20tem%20como%20objetivo>
  
21. Autoestima na era das redes sociais [Internet]. www.unimed.coop.br. [citado 25.nov.2022]. Disponível em: <https://www.unimed.coop.br/viver-bem/saude-em-pauta/autoestima-na-era-das-redes-sociais>