



**UNILEÃO – CENTRO UNIVERSITÁRIO DR LEÃO SAMPAIO**  
**PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO**

**UHYARA MARIA CAVALCANTE ARARIPE**

**AUTOESTIMA, INFLUÊNCIA ESTÉTICA E PADRÕES IMPOSTOS PELAS**  
**REDES SOCIAIS : UMA ABORDAGEM HISTORIOGRÁFICA**

**JUAZEIRO DO NORTE-CE**

**2021**

UHYARA MARIA CAVALCANTE ARARIPE

**AUTOESTIMA, INFLUÊNCIA ESTÉTICA E PADRÕES IMPOSTOS PELAS  
REDES SOCIAIS: UMA ABORDAGEM HISTORIOGRÁFICA**

Artigo apresentado ao Curso de Pós  
Graduação como pré-requisito para obtenção  
do título de Especialização.

**Orientadora:** Prof<sup>a</sup>. Esp. Fabrina de Moura  
Alves Correia

Juazeiro do Norte CE

2021

**UHYARA MARIA CAVALCANTE ARARIPE**

**AUTOESTIMA, INFLUÊNCIA ESTÉTICA E PADRÕES INPOSTOS PELAS  
REDES SOCIAIS: UMA ABORDAGEM HISTORIOGRÁFICA**

**DATA DA APROVAÇÃO:** \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

**BANCA EXAMINADORA:**

---

**Professor(a) Prof<sup>ª</sup>.Esp. Fabrina de Moura Alves Correia**

---

**Professor(a) Esp.; Ma.; Dr(a).**

**Examinador 1**

---

**Professor(a) Esp.; Ma.; Dr(a).**

**Examinado 2**

**JUAZEIRO DO NORTE**

**2021**

## AUTOESTIMA, INFLUÊNCIA ESTÉTICA E PADRÕES IMPOSTOS PELAS REDES SOCIAIS : UMA ABORDAGEM HISTORIOGRÁFICA

<sup>1</sup> Uhyara Maria Cavalcante Araripe

<sup>2</sup> Fabrina de Moura Alves Correia

### RESUMO

A constante busca pelo corpo perfeito sempre fez parte da vida de homens e mulheres, a cada minuto a mídia transmite um padrão a ser seguido seja com um novo tratamento, novo produto ou uma nova tendência acarretando insatisfação das pessoas com a própria imagem corporal ou facial. Essa revisão de literatura tem o objetivo promover uma abordagem sobre a aceitação estética e como as Redes Sociais tem participado deste processo além de resaltar os impactos na autoestima. Caracteriza –se como uma pesquisa qualitativa e exploratória elaborada a partir de consultas de artigos científicos, banco de dados, google acadêmico, Scientific Electronic Library Online (Scielo), MedLine e Pubmed. . Foram utilizados 30 artigos científicos selecionados estudos transversais, estudos de caso e revisões bibliográficas, através das palavras chaves “Estética”, “autoestima”, “redes sociais” e “autoimagem” que descrevem a relação entre os procedimentos estéticos e a autoestima e a influência das mídias sociais nos padrões estéticos. Confirma-se que a busca por procedimentos estéticos é crescente e constante e que a mídia possui certa influência na idealização do corpo perfeito e da auto-estima de milhões de brasileiros fazendo – se necessário um olhar cuidadoso diante da aceitação da imagem dos indivíduos.

**Palavras-chave:** Auto-estima. Influência. Redes sociais.

## SELF-ESTEEM, AESTHETIC INFLUENCE AND STANDARDS IN SOCIAL NETWORKS: A HISTORIOGRAPHIC APPROACH

### ABSTRACT

The constant search for the perfect body has always been part of the life of men and women, every minute the media transmits a pattern to be followed either with a new treatment, a new product or a new trend causing people's dissatisfaction with their own body or facial image. This literature review aims to promote an approach to aesthetic acceptance and how Social Networks have participated in this process in addition to highlighting the impacts on self-esteem. It is characterized as a qualitative and exploratory research elaborated from consultations of scientific articles, database, google academic, Scientific Electronic Library Online (Scielo), MedLine and Pubmed. 30 selected scientific articles were used, cross-sectional studies, case studies and bibliographic reviews, using the key words “Aesthetics”, “self-esteem”, “social networks” and “self-image” that describe the relationship between aesthetic procedures and self-esteem and influence of social media in aesthetic standards.

It is confirmed that the search for aesthetic procedures is growing and constant and that the media has a certain influence on the idealization of the perfect body and the self-esteem of millions of Brazilians, making it necessary to take a careful look at the acceptance of the image of individuals.

**Keywords:** Self-esteem. Influence. Social networks.

---

<sup>1</sup> Discente UNILEÃO uhyara\_maria@hotmail.com

<sup>2</sup> Biomédica, Docente UNILEÃO fabrina@leaosampaio.edu.br

## 1 INTRODUÇÃO

Autoestima é a opinião seja positiva ou negativa que cada pessoa tem sobre si mesmo, construída a partir de experiências pessoais, crenças, cultura, autoimagem ou a imagem que os outros tem sobre nós. (SILVA, 2020). É considerada como um importante indicativo da saúde mental por influenciar as condições emocionais, sociais e psicológicas dos indivíduos interferindo na qualidade de vida e bem está da população. (SCHULTHEISZ; APRILE,2013).

A busca pela preservação da beleza e juventude e o desejo de parar o envelhecimento é tão enérgica hoje quanto nos séculos passados onde existia a exaltação da beleza feminina pelos egípcios e romanos. No entanto nos dias atuais a mídia dita os padrões de beleza que aguça e inspira ações que vão de contemplação a realização de procedimentos estéticos. (OLIVEIRA et al.,2014).

Segundo Oliveira et al. (2014)., a busca pela preservação da beleza, vigor e aparência saudável vem cada dia mais incentivada pelas mídias e pelos avanços tecnológicos e estéticos, a beleza é algo que chama a atenção do homem desde o início dos tempos seja na arte, pintura e até mesmo no próprio ser, não sendo uma busca exclusiva da mulher. O problema se forma quando essa busca pelo belo se torna algo prejudicial a saúde seja do corpo ou da mente.

O termo mídia é bem amplo podendo designar vários setores como televisão, rádio, jornais e redes sociais de acordo com o IBOPE (Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística). As novelas e redes sociais como instagram e facebook são os de maior audiência no país. (IBOPE, 2021). No Brasil 57% do adolescentes e 66% dos adultos utilizam a internet diariamente. (CETIC, 2021).

As mídias sociais possuem os dois lados de influência, a busca constante por preservar a saúde mostrada por exercícios físicos e temáticas de conscientização de viver saudável e por outro lado repassa a ilusão que corpos magros são sinônimo de saúde, tornando – se uma grande aliada na construção de corpos esteticamente perfeitos. (BARBOSA; SILVA, 2016).

Nesse sentido, esta pesquisa tem como objetivo realizar uma revisão bibliográfica sobre a influência das mídias digitais na busca por procedimentos estéticos e analisar quais os padrões de comportamento que a busca pela estética pode causar na autoestima das pessoas e discutir como estereótipos irreais podem desencadear insatisfação na autoimagem.

## 2 METODOLOGIA

Este estudo é de natureza qualitativa e exploratória e utilizou – se uma bibliográfica. Segundo Gil. (1991)., essas pesquisas tem o objetivo de favorecer uma maior familiaridade com o problema e torna – lo mais compreensível ou a construir hipóteses, pode se dizer que essas pesquisas tem a finalidade de aprimorar descobertas e ideias sendo bastante flexível de forma que considere as mais variadas fontes.

Esta revisão de literatura tem como foco principal reunir resultados de pesquisas sobre um tema em questão. é um estudo realizado por intermédio de artigos e pela percepção de vários autores sobre o assunto, atentando também sobre a influência da Biomédicina Estética na construção deste conhecimento. Foram utilizados 30 artigos científicos encontrados em bancos de dados, google acadêmico, Scientific Electronic Library Online (Scielo), MedLine e Pubmed. Foram selecionados estudos transversais, estudos de caso e revisões bibliográficas, através das palavras chaves “Estética”, “autoestima”, “redes sociais” e “autoimagem” que descrevem a relação entre os procedimentos estéticos e a autoestima e a influência das mídias sociais nos padrões estéticos. Artigos dos últimos 20 anos, em português textos na íntegra onde as publicações mais relacionadas ao tema foram selecionadas por resumo e título realizada a leitura para posteriormente ser selecionado ou excluído.

### **3 DESENVOLVIMENTO**

#### **3.1 PRINCÍPIOS DA ESTÉTICA E SUA EVOLUÇÃO NA HISTÓRIA**

Nas épocas clássicas a estética sempre foi definida como a “Filosofia do Belo”. (SUASSUNA, 2018). A palavra é originada do grego *aisthesis* e significa “apreensão pelos sentidos”, ela estuda o belo e o sentimento que desperta nos indivíduos. (SCHMITZ et al., 2010).

De uma forma geral resume – se a tudo que causa embelezamento a existência do ser humano permitindo atribuir algo como belo, admirável, encantador e até mesmo o contrário como feio, repulsivo, inferior ou ruim. Pelo conceito psicológico refere-se aos comportamentos e experiências produzidas nas pessoas pelas coisas bonitas e atrativas. (OLIVEIRA et al., 2014).

O conceito de belo muda a cada década e variam de região para região podendo ser estabelecida pelo clima, cultura, aspectos sociais e econômicos. Desde a pré – história a estética era notada na arte primitiva tornando uma preocupação para os povos egípcios que em 2580

a.C. tinham como parâmetro de beleza a harmonia facial do rei Mykerinus. ( COSTA et al., 2004).

Os primeiros a utilizarem a estética de forma extravagante foram os egípcios onde era comum o uso de cosméticos para o embelezamento pessoal, cerimônias religiosas e a preparação dos corpos para sepultamento. A henna era o seu principal cosmético que era utilizado para a arte corporal e unhas. (D'ANGELO et al., 2011).

O exemplo de beleza e harmonia que surgiram na Grécia Clássica (V e IV d.C) são exemplos seguidos até hoje, os gregos transmitiram o gosto pela proporção das formas e o equilíbrio perfeito. A partir do século XIX emerge uma nova forma de vê o belo, o elegante passou a ser visto nos mínimos detalhes e não no excesso. As mulheres trocam a extravagância e passam a ostentar maneiras mais discretas e os trajes masculinos passaram a ser padronizados. A burguesia procurava uma aparência mais saudável nascendo a sociedade do consumo onde as indústrias passaram a produzir cosméticos em larga escala e acessíveis. (KURY et al., 2000).

De acordo com Vigarello. (2006), nos anos de 2000 a 2001 o corpo se tornou o nosso objeto de consumo a cultura da estética passou a ser generalizada pelas revistas. A mulher passou a ser requisitada a ser bela. (ARAÚJO; MENESES, 2009). Desde o ano 2000 a mídia começou a desempenhar um papel importante na definição do belo comercializando uma imagem de estética ideal, apesar de não ser possível quantificar e qualificar o que é realmente belo, as pessoas iniciaram uma busca pelos padrões impostos pelas mídias. (GIURIATO, 2014).

A exigência de ter a aparência como essencial gera reflexos negativos e positivos, no qual a imposição de beleza, muitas vezes rotulada pela mídia, diante da autoimagem pode causar no indivíduo grande dano emocional. (CURY, 2005).

### **3.1.1 Estética e o Contexto Social**

Com base na história é possível observar que além de objeto físico o corpo é considerado conteúdo simbólico onde é influenciado pelos movimentos sociais. (ORY, 2008). Considera-se que se vive um momento onde o corpo é evidenciado nas mídias, reproduzindo os valores que a sociedade impõe. É possível presenciar o culto ao corpo perfeito, e ao mesmo tempo em que existem muitos modos de evidenciar e retardar o envelhecimento nota-se um olhar mais atento à saúde. (JUSTO, 2011).

O número de salões de beleza, centros de estética e empresas cosméticas vivem em ascensão comprovando que o ser humano tem uma grande necessidade de sentir-se belo e mostrar cada vez mais uma aparência jovial fazendo-se sentir aceito e admirado pela sociedade,

a estética exerce forte influência nesta causa ajudando a manter ou melhorar a boa aparência. (FLORIANI et ao., 2014).

Ao longo dos tempos a sociedade construiu diferentes ideologias em torno da beleza que resultou em padrões estéticos a serem seguidos, esses padrões trazem benefícios em cultivar a busca pela vida saudável mais também pode causar danos psicossociais quando não se é possível atingir determinado padrão estético imposto pela mídia e sociedade . (SUENAGA et al., 2012).

### 3.2 ESTÉTICA PARA OS PACIENTES

Os motivos que levam a busca por procedimentos estéticos é justificada por varios anseios se destacando a busca pela melhora da imagem corporal. Alguns estudos afirmam que essa busca se dá muitas vezes pela forte influência de amigos, parentes e mídias sociais, justificando que as alterações físicas podem favorecer o relacionamento social e bem estar emocional. (COELHO et al., 2016).

Compreender o desejo de cada paciente e suas expectativas é muitas vezes difícil, pois seus desejos e anseios diferem por emoções, valores socioeconômicos e culturais. Alguns autores tendem a correlacionar a autoestima seja corporal ou facial a vaidade, pois quanto mais vaidoso ou vaidosa o sujeito for maior autoestima ela apresenta e que a vaidade apresenta grande influência na realização de procedimentos estéticos e utilização de cosméticos. (PINHEIRO, 2020).

#### 3.2.1 estética e autoestima

Entende-se como autoestima querer bem a si mesmo, ela contribui para a saúde mental, emocional e física, além das relações pessoais de um ser humano. Quando há um desequilíbrio alguns problemas podem surgir como: complexo de inferioridade, medo, tristeza, apatia e angústia consequentemente problemas de auto – imagem. Esses dois parâmetros estão intimamente ligados quando se fala da construção pessoal de cada pessoa. (FLORIANI et al., 2014).

A estética se tornou uma fonte de adquirir autoestima, a busca constante por procedimentos que trazem essa elevação pessoal é normal nos dias atuais. (BORBA; THIVES, 2011). Na realidade a estética não produz autoestima mais ajuda no desenvolvimento do prazer em se vê belo, é um cuidado pessoal que ajuda no conforto e satisfação de si próprio.

(GONÇALVES, 2018).

É possível constatar que os tratamentos estéticos possuem influências positivas na qualidade de vida e na construção da imagem corporal. (FURTADO, 2009). De acordo com Ferreira et al (2016) no seu trabalho intitulado “Qualidade de vida, imagem corporal e satisfação nos tratamentos estéticos’ em um estudo com 70 participantes constatou que antes dos procedimentos as participantes tinham grau de satisfação com média de 1,56% e que após a realização do procedimentos essa média elevou para 4,33%.

Silva (2020) realizou um estudo intitulado “Influência da Estética do Sorriso na Autoestima” com o objetivo de medir a satisfação e nível de autoestima após a reconstrução do sorriso por procedimentos estéticos, utilizaram uma amostra composta por 26 participantes. Concluiu que 15,4% do participantes estavam insatisfeitos com a estética do sorriso e que 92,3% dos participantes quando questionados se realizariam procedimentos estéticos para a mudança do sorriso afirmaram que sim e que a mudança iria favorecer a inclusão social.

Na sociedade em que vivemos a estética e a harmonia exercem grande importância na aceitação e na autoestima, atualmente existe uma crescente tendência ao esteticamente agradável o que incentiva a busca por procedimentos que modifiquem e melhorem a aparência fazendo com que os indivíduos se sintam novamente incluídos nos grupos sociais e e na sociedade em que vive. (CÂNDIDO et al., 2019).

São inegáveis os benefícios que a estética trás para a autoestima das pessoas porém quando ao realizar os procedimentos e não obter êxito pode trazer maléficos como crises de ansiedade, não aceitação do corpo, problemas alimentares, baixa autoestima e doenças como a bulimia e anorexia. (LELES, 2019).

### **3.2.2 padrões estéticos impostos pela mídia e autoestima**

A busca constante pelo embelezamento e preservação da juventude é tão ativa quando nos séculos passados, porém nos dias atuais a mídia é quem impõe os padrões. Esses padrões acabam despertando sentimentos conflitantes se tornando prejudicial ao ponto de causar transtornos como: vigorexia (obsessão por exercício físico) e ortorexia (comer exclusivamente o que acha saudável). (SHMIDTT et al., 2009).

Cada cultura constroi o seu ideal de beleza, assim se a imagem que é considerada bela for o de um corpo magro emagrecer será o ideal de todos. Segundo estudos crianças a partir de 7 anos já vivem com a preocupação de corpos perfeitos vistos pelas mídias, causando alimentares. (ALVES et al., 2009).

De fato os meios de comunicação contribuem para a rotulação e preconceito de quem não se enquadra nos padrões citados favorecendo além da baixa autoestima os constantes atos

de bullying e a segregação social entre belos e feios, ricos e pobres e magros e gordo. (FLOR, 2009).

Um estudo em que 235 universitários foram submetidos a um questionário para saber o nível de satisfação e a realização de procedimentos estéticos. Concluiu-se que 60% das participantes estão insatisfeitas pela sua silhueta sendo 40% por excesso de peso e que 17,39% das entrevistadas faziam a realização de procedimentos para aumentar a autoestima. (CARMARGO et al., 2011).

De acordo com o ABIHPEC (Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal Perfumaria e Cosméticos) o setor de cosméticos é o que mais cresce nos últimos 14 anos, aumento de 10,3% anual em vendas, os brasileiros estão mais vaidosos e a busca por produtos procedimentos estéticos é constante (ABIHPEC, 2020).

Em um estudo realizado por Lessa e Fontenelle (2011) denominado “Toxina Botulínica como tratamento para fobia social generalizada com hiperidrose” onde um paciente do sexo masculino apresentava transtornos psiquiátricos, hiperidrose palma, axilar e plantar no qual foi associado o tratamento psicológico com a aplicação da toxina botulínica, o que sucedeu – se o alívio dos sintomas da depressão e que o tratamento efetivo da fobia social só foi possível após aplicação da mesma obtendo sucesso em ambas situações.

## **5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Através deste artigo com base em vários estudos de autores conceituados concluiu-se que, as pessoas buscam a autoestima em sensações que podem ser sentidas, vistas, expostas, e vivenciadas, que a autoestima é o querer bem a si, é autoaceitação e autoconhecimento que cada um desenvolve e constrói com o passar dos anos sendo influenciada por culturas, crenças e religião.

Uma boa autoestima contribui para um bom funcionamento mental, físico e emocional e contribui para uma boa convivência, o seu desequilíbrio pode causar transtornos como a interferência no convívio social. Quando uma pessoa se olha no espelho e não se agrada com a sua autoimagem ela começa uma busca por procedimentos que vão favorecer uma maior harmonia visual que são os procedimentos estéticos.

Estamos em um tempo 100% digital onde todos procuram se encaixar no meio virtual e essa necessidade de aceitação acaba gerando inúmeros problemas. O ser humano precisa se sentir notado para se sentir especial e as redes sociais como instagram, twitter e facebook

transmitem momentos perfeitos com imagens e vídeos. Analisamos como adolescentes se baseiam por redes sociais para ter o corpo perfeito.

É louvável o surgimento da internet são vários os seus benefícios, porém a imagem de perfeição que é transmitida através das grandes mídias e com isso a influência de um ideal de beleza acaba sendo um problema. Desde a antiguidade a beleza ela segue um padrão imposto pela sociedade do que é ou não belo, com isso as pessoas tendem a procurar se encaixar neste padrão e a internet intensifica esta procura.

Os procedimentos estéticos quando feitos prudentemente tendem a aumentar a autoestima das pessoas e como relatado uma autoestima boa contribui para um bom funcionamento social do indivíduo. Contudo a padronização dos procedimentos por meio das mídias onde o que serve pra mim tem que servir para você vem trazendo um processo de internalização da autoimagem.

Existem poucos estudos que decorrem sobre a questão da autoestima em relação aos procedimentos estéticos e a influência exercida pelas redes sociais. Assim espero que o presente estudo possa contribuir para instruir os profissionais da área da estética como Biomédicos e Farmacêuticos para um olhar crítico em relação aos seus clientes e o cuidado que possamos ter em desmistificar a relação entre os procedimentos e o que é passado pelas redes sociais e assim contribuindo na construção da autoestima e autoimagem de cada cliente.

E para finalizar, alego que também faço parte das mulheres que sofrem com a pressão midiática, e reforço para o cuidado que temos que ter em relação a nossa mente e corpo, procedimentos estéticos são maravilhosos mais cada pessoa tem um protocolo individual. Todo corpo merece ser feliz e toda mente deve se aceitar, procurar melhorar é saúde mais a cópia trás a doença.

## REFERÊNCIAS

- SILVA, I. K. N. **Influência da estética do sorriso na autoestima**. Lages, 2020. Trabalho de Conclusão de Curso (Odontologia) – CENTRO UNIVERSITARIO FACVEST.
- ARAÚJO, E. M. N.; MENESES, J. R.. Histórias e artifícios da beleza feminina: a “batalha” contra o tempo. **Editora EDUEPB**, Campina Grande , 2009.
- ABIHPEC. **Panorama do setor de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos** . ABIHPEC. São Paulo, 2019. Disponível em: <https://abihpec.org.br/>. Acesso em: 25 mar. 2021.
- ALVES, D. *et al.* Cultura e imagem corporal. **Revistas Científicas da América Latina, Caribe , Espanha e Portugal - Fundação Técnica e Científica do Desporto, VILA REAL - PORTUGAL** , 2009.
- BARBOSA, B. R. S. N.; SILVA , L. V. . A mídia como instrumento modelador de corpos: um estudo sobre gênero, padrões de beleza e hábitos alimentares. **Primera Revista Electrónica en Iberoamérica Especializada en Comunicación** , Paraíba , 2016.
- BORBA, T. J. ; THIVES, F. M.. **Uma reflexão sobre a influência da estética na autoestima , automotivação e bem estar do ser humano** . Santa Catarina , 2011. Trabalho de Conclusão de Curso (Cosmetologia e Estética) - Universidade do Vale do Itajaí.
- CÂNDIDO , C. G. M. *et al.* Procedimentos Estéticos em Busca da Recuperação da Autoestima e da Inclusão nos Padrões da Sociedade Contemporânea : V Mostra Cultural do Curso de Odontologia. *In:* 3º CONGRESSO INTERNACIONAL DE PESQUISA, ENSINO E EXTENSÃO . 2019.
- CAMARGO , B. V. *et al.* Representações sociais do corpo: estética e saúde. e **Revistas Científicas da América Latina, Caribe , Espanha e Portugal**, Ribeirão Preto, 2011.
- COSTA , L. A. L *et al.* **Análise Facial - Uma revisão de literatura** . Minas Gerais , 2004. Trabalho de Conclusão de Curso (ODONTOLOGIA ) - Universidade Federal de Minas Gerais.
- COELHO, F. D.. Cirurgia plástica estética e (in) satisfação corporal: uma visão atua. **Revista Brasileira de Cirurgia Plástica** , 2016.
- CETIC. Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação, 2021. Disponível em: <https://cetic.br/>. Acesso em: 08 de Abril de 2021.
- CURY, A. J. A ditadura da beleza e a revolução das mulheres. Rio de Janeiro, Sextante. 2005.
- D’ANGELO, Janet; LOTZ, Shelley; DEITZ, Sallie. Fundamentos de Estética 1: orientações e negócios. 10. ed. São Paulo, 2011.
- FERREIRA, J. B. *et al.* Qualidade de vida, imagem corporal e satisfação nos tratamentos estéticos . **Revista Pesquisa em Fisioterapia** , 2016. Disponível em: <https://www5.bahiana.edu.br/index.php/fisioterapia/article/view/1080/742>. Acesso em: 27

mar. 2021.

FLOR, G.. Corpo, mídia e status social: reflexões sobre os padrões de beleza . **Revista Estudo Comum** , Curitiba , 2009.

FLORIANI, F. M. *et al.* **Autoestima e Autoimagem: a relação com a estética** . Balneário Camboriú , 2014. Trabalho de Conclusão de Curso (Cosmetologia e Estética) - Universidade do Vale do Itajaí.

FURTADO, E. R. G. . **Representações sociais do corpo: mídia e atitudes** . Florianópolis , 2009. Tese (Psicologia) - Universidade Federal de Santa Catarina.

GONÇALVES , K. M.. **A autoestima durante tratamento de câncer**. 2018. Trabalho de Conclusão de Curso (Estética) - Universidade Fumec.

GIL, A. C.. **Como Classificar uma pesquisa?**. 1991. Disponível em: [www.ngd.ufsc.br/files/2012/04/ric\\_CLASSIFICAPESQUISAGIL.do](http://www.ngd.ufsc.br/files/2012/04/ric_CLASSIFICAPESQUISAGIL.do). Acesso em: 25 mar. 2021.

GIURIATO, J. B.. **Estética em Odontologia: percepções de acadêmicos de odontologia e pacientes** . São Paulo, 2014. Monografia (Odontologia) - Universidade de São Paulo.

IBOPE. Índices de audiência de TV publicados, 2021. Disponível em: <https://www.ibope.com.br/>. Acesso em: 08 de Abril de 2021

JUSTO, A. M.. **Representações sociais sobre o corpo e implicações do contexto de inserção desse objeto** . Florianópolis , 2011. Monografia (Psicologia) - Universidade Federal de Santa Catarina.

LELES, I. C. R. F.. **Internalização, pressão estética e estereótipos nas mídias digitais: uma abordagem historiográfica** . UBERLÂNDIA , 2019. Trabalho de Conclusão de Curso (História) - Universidade Federal de Uberlândia.

LESSA, L. R.; FONTANELLE, L. F.. Toxina botulínica como tratamento para fobia social generalizada com hiperidrose. , **Instituto de Psiquiatria, Universidade Federal do Rio de Janeiro (IPUB/UFR)**, Rio de Janeiro, 2010.

OLIVEIRA DCRS, et al. Paulillo LAMS. Resolução estética: fechamento de diastemas e contorno cosmético. **Prosthes. Lab. Sci.** 2014

ORY, Pascal. “O corpo ordinário”. In: COURTINE, Jean-Jacques. História do Corpo: As mutações do olhar. O século XX. Rio de Janeiro: Vozes, 2008.

SHMIDTT, A. *et al.* **O mercado da beleza e suas consequências** . UNIVALI . Santa Catarina , 2010.

SCHULTHEISZ, T. S. V.; APRILE, M. R.. Autoestima, conceitos correlatos e avaliação. **Revista Equilíbrio Corporal e Saúde** , São Paulo, 2013.

SUASSUNA, Ariano. **Iniciação à estética**. Nova Fronteira, v. 2, f. 144, 2018. 287 p.

SUENAGA , C. *et al.* **Conceito, beleza e contemporaneidade: fragmentos históricos no decorrer da evolução estética** . Santa Catarina , 2012. Trabalho de Conclusão de Curso (Cosmetologia e Estética) - Universidade do Vale do Itajaí.

PINHEIRO, T. A. *et al.* Relação dos procedimentos estéticos com satisfação corporal e autoestima de mulheres. **Revista Cathedral**, Boa vista , 2020.

VIGARELLO, Georges. História da Beleza: o corpo e a arte de se embelezar, do renascimento aos dias de hoje. Rio de Janeiro: Ediouro, 2006.

KURY, Lorelai; HANGREAVES, Lourdes; VALENÇA, Málova T. **Ritos do Corpo**. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2000