

Pesquisa original

PROCEDIMENTOS ESTÉTICOS E OS PADRÕES DE BELEZA: UMA REFLEXÃO SOB A ÓTICA DE GÊNERO

Maria Jissely Lins Bezerra¹, Alcía Eliege da Silva², Laura Amélia Fernandes Barreto³, Rodrigo José Fernandes de Barros^{4*}.

Afiliação 1: Faculdade de Enfermagem Nova Esperança de Mossoró

Afiliação 2: Universidade do Estado do Rio Grande do Norte

Afiliação 3: Universidade do Estado do Rio Grande do Norte

Afiliação 4: Universidade Regional do Cariri

* Autor correspondente: rodjfb@gmail.com; Tel.: 84-99138-4001

Resumo

A estética e o corpo são temas amplamente discutidos na sociedade e, com o avanço das mídias digitais, a disseminação de padrões estéticos tornou-se mais intensa. As redes sociais desempenham papel central nesse processo, influenciando a autoestima, as relações sociais e a busca por procedimentos estéticos. Este estudo objetivou analisar os papéis de gênero relacionados aos procedimentos estéticos, investigando suas influências na autoestima e nas interações sociais. Trata-se de uma pesquisa exploratória, descritiva e quantitativa, realizada com 34 indivíduos que realizaram procedimentos estéticos nos últimos dois anos. Os participantes foram selecionados por conveniência e responderam a um questionário on-line divulgado via Instagram. Os resultados mostraram que 100% dos participantes acreditam que os padrões de beleza impostos pela mídia influenciam a busca por procedimentos estéticos, enquanto 97% consideram que as mulheres sofrem maior pressão social para se adequarem a esses padrões. Além disso, 82% dos entrevistados acreditam que alguns homens evitam procedimentos estéticos para não serem rotulados como metrossexuais. Os achados indicam que os procedimentos estéticos impactam positivamente a autoestima e as relações sociais, reforçando que a estética está relacionada não apenas à beleza, mas também à identidade e ao pertencimento. Entretanto, a padronização estética pode reforçar desigualdades e influenciar negativamente a autopercepção, especialmente entre mulheres. Conclui-se que a busca por procedimentos estéticos é influenciada pela mídia, pelos padrões de beleza e pelo desejo de aceitação social. Como limitações, destacam-se o tamanho reduzido da amostra e a ausência de comparação com indivíduos que não realizaram procedimentos estéticos.

Palavras-chave: estética; rede social; autoimagem; indústria da beleza; perspectiva de gênero.

Recebido:
06/01/2026
Aceito:
22/06/2026
Publicado:
06/07/2026

1. INTRODUÇÃO

A estética e o corpo sempre foram temas amplamente debatidos, desde a Grécia Antiga, onde filósofos, como Sócrates, refletiam sobre a relação entre corpo e alma na construção da percepção do mundo (Cassimiro et al., 2012). Com o avanço das mídias digitais, esses debates se intensificaram, e as redes sociais passaram a desempenhar um papel central na disseminação de padrões estéticos (Moreira & Di Lauro, 2020).

As redes sociais estão em constante crescimento, e um exemplo desse fenômeno é o Instagram, que conta com mais de um bilhão de usuários cadastrados e ativos. Diariamente, mais de cem milhões de novas postagens são publicadas nessa plataforma. Esses meios midiáticos atuam como veículos de disseminação de discursos que criam vínculos com o público, influenciando seus comportamentos e percepções (Moreira & Di Lauro, 2020).

Dentre esses espaços, é comum encontrar enunciados que reforçam um padrão estético inquestionável, que define o corpo modelado, belo e jovem como ideal. Assim, essas redes sociais contribuem para a propagação da ideia de um corpo perfeito, consolidando-o como um objetivo a ser alcançado e perpetuado (Moreira & Di Lauro, 2020).

Essa valorização da aparência impacta diretamente a autoestima, que, ao estar elevada, fortalece a autoconfiança e a motivação, influenciando as relações interpessoais e impulsionando melhorias na vida pessoal e profissional (Pereira et al., 2018).

A autoestima é construída ao longo da vida do indivíduo, sendo influenciada por elogios, críticas e experiências vivenciadas, tanto positivas quanto negativas. Dessa forma, pode ser compreendida como um sentimento fundamental que impacta diversos aspectos do sujeito, incluindo sua relação consigo mesmo, sua confiança, automotivação e a maneira como interage com as pessoas ao seu redor (Santos, 2017).

A sociedade possui uma ideologia de gênero profundamente enraizada, na qual homens e mulheres desempenham papéis rigidamente definidos. No entanto, o crescente número de homens que buscam procedimentos estéticos tem desafiado esses paradigmas, transformando os conceitos de masculinidade e identidade. Esse perfil tem sido associado ao termo "metrossexual", que se refere ao homem urbano preocupado com a aparência. No entanto, muitos evitam essa rotulação devido ao preconceito social que o termo ainda carrega (Máximo & Leite, 2019).

O estereótipo de gênero é um conceito amplamente difundido desde as primeiras civilizações, sendo continuamente produzido e reproduzido ao longo das gerações. Ele impõe um padrão rígido de masculinidade e feminilidade, determinando quais comportamentos são socialmente aceitáveis para cada gênero, com o objetivo de consolidar identidades heteronormativas (Fraga & Souza, 2020).

Diante desse cenário, a estética configura-se como uma temática contemporânea de elevada relevância social, especialmente no que se refere à construção da identidade, da autoestima e das relações sociais mediadas por normas de gênero. A crescente demanda por procedimentos estéticos suscita questionamentos acerca dos fatores socioculturais que a influenciam, em especial no que diz respeito aos papéis de gênero historicamente atribuídos a homens e mulheres. Nesse sentido, o presente estudo busca responder à seguinte questão norteadora: de que maneira os papéis de gênero influenciam a busca por procedimentos estéticos? Assim, o objetivo deste artigo consiste em analisar a influência dos papéis de gênero na procura por procedimentos estéticos, considerando seus impactos na autoestima e nas dinâmicas sociais dos sujeitos, bem como contribuindo para a desconstrução da compreensão reducionista da estética como sinônimo exclusivo de beleza.

2. MATERIAL E MÉTODOS

2.1 Delineamento do estudo

Trata-se de um estudo exploratório, de caráter descritivo, com abordagem quantitativa.

2.2 Participantes e critérios de seleção

A amostra foi composta por 34 participantes, de ambos os sexos, que se voluntariaram para participar da pesquisa e relataram ter realizado ao menos um procedimento estético facial e/ou corporal nos últimos dois anos. A

seleção dos participantes ocorreu por conveniência, a partir de critérios de inclusão e exclusão previamente estabelecidos.

Foram considerados critérios de inclusão: idade igual ou superior a 18 anos; realização de procedimentos estéticos nos últimos dois anos; capacidade de leitura e escrita; concordância com a proposta e os objetivos do estudo; e assinatura do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE). Foram excluídos da pesquisa os indivíduos que não atenderam aos critérios de inclusão estabelecidos.

2.3 Procedimentos de coleta de dados

A coleta de dados foi realizada de forma on-line, por meio de um questionário eletrônico disponibilizado na plataforma Google Formulários. A divulgação do estudo ocorreu na rede social Instagram, por intermédio da conta pessoal de um dos pesquisadores. Inicialmente, foi realizada uma publicação nos stories da referida rede social, na qual foram apresentados os objetivos, a justificativa e a problemática da pesquisa, com o intuito de sensibilizar potenciais participantes.

Após esse contato inicial, o link de acesso ao questionário foi disponibilizado aos interessados. Ao acessar o formulário, os participantes eram direcionados primeiramente à leitura do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, sendo necessário manifestar concordância para prosseguir com a participação. Em seguida, os respondentes tiveram acesso ao instrumento de pesquisa, cujas questões deveriam ser respondidas no prazo máximo de uma semana.

2.4 Procedimentos éticos

A pesquisa foi conduzida em conformidade com os princípios éticos que regem estudos envolvendo seres humanos, assegurando o respeito à dignidade, à autonomia e aos direitos dos participantes. O estudo atendeu às diretrizes da Resolução nº 466/2012 do Conselho Nacional de Saúde (CNS), bem como da Resolução CNS nº 510/2016, que dispõe sobre pesquisas nas áreas das ciências humanas e sociais, ressaltando a obrigatoriedade do consentimento livre e esclarecido antes da participação no estudo (Brasil, 2016).

Adicionalmente, foram observadas as disposições da Resolução nº 198/2011 do Conselho Federal de Biomedicina, que prevê a interrupção da pesquisa caso haja risco à vida ou à integridade dos participantes (Conselho Federal De Biomedicina, 2011).

O projeto foi submetido e aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa (CEP) da FACENE, sob o Protocolo CEP nº 11/2021 e CAAE nº 43219021.6.0000.5179. Todos os participantes foram devidamente informados sobre os objetivos do estudo e sobre a existência de riscos mínimos, tais como possível desconforto ao responder aos questionamentos. Ressalta-se que tais riscos foram minimizados pela realização da pesquisa em ambiente virtual, assegurando o anonimato e a confidencialidade das informações fornecidas.

2.5 Análise dos dados

Os dados coletados foram submetidos à análise quantitativa. As variáveis numéricas foram organizadas e apresentadas por meio de estatística descritiva, sendo expressas em frequências absolutas e relativas, bem como representadas graficamente, a fim de facilitar a interpretação e a visualização dos resultados.

3. RESULTADOS

3.1 Perfil ocupacional

Quanto à ocupação, observou-se predominância de estudantes, que corresponderam a 53% da amostra. Profissionais da área da saúde também estiveram representados, com destaque para enfermeiros (11,7%) e biomédicos (6%). Os funcionários públicos corresponderam igualmente a 6% dos participantes. As demais ocupações apresentaram menor frequência (3% cada), incluindo corredor, profissionais das áreas de assessoria e comunicação, consultoria em saúde, administração, farmácia, digitação, vendas e design gráfico, evidenciando a heterogeneidade ocupacional do grupo investigado.

3.2 Características sociodemográficas

No que se refere às características sociodemográficas, observou-se maior participação do sexo feminino (44,1%), seguido pelo sexo masculino (12%). Em relação à orientação sexual, a maioria dos participantes identificou-se como heterossexual (29,4%), enquanto 6% declararam-se homossexuais e 6% bissexuais. A orientação lésbica foi referida por 3% da amostra.

Quanto à faixa etária, predominou o grupo de 18 a 24 anos, que representou 59% dos participantes. Observou-se ainda que 26% possuíam 40 anos ou mais, enquanto 12% encontravam-se na faixa etária entre 30 e 35 anos. A menor proporção correspondeu aos participantes com idade entre 20 e 25 anos (3%).

3.3 Condição de moradia

Em relação à condição de moradia, a maioria dos participantes relatou residir com os pais (38%). Outros arranjos domiciliares incluíram morar com a mãe (13%), com marido e filho(s) (13%), residir sozinho(a) (8%), com esposa e filho(a) (8%) e com o(a) namorado(a) (8%). A convivência apenas com o pai foi referida por 4% dos respondentes. Ressalta-se que 8% das respostas foram consideradas inconsistentes, uma vez que indicaram localidades geográficas (Mossoró e Belo Horizonte) em vez de arranjos domiciliares.

3.4 Escolaridade

Quanto ao nível de escolaridade, verificou-se que 50% dos participantes estavam cursando ou já haviam concluído a graduação. Além disso, 26% relataram ter concluído o ensino médio, enquanto 24% encontravam-se cursando ou já haviam concluído a pós-graduação.

3.5 Procedimentos estéticos realizados

Todos os participantes (100%) relataram ter realizado ao menos um procedimento estético nos últimos dois anos. Os procedimentos mencionados abrangeram intervenções faciais, corporais e cirúrgicas, incluindo tratamentos minimamente invasivos, procedimentos dermatológicos, terapias corporais e cirurgias estéticas, evidenciando a diversidade de práticas estéticas adotadas pela amostra estudada.

Em relação aos procedimentos estéticos realizados, todos os participantes (100%) relataram ter se submetido a algum procedimento nos últimos dois anos. As percepções sobre a influência dos padrões de beleza midiáticos e dos papéis de gênero na busca por procedimentos estéticos estão apresentadas no Quadro 1.

Quadro 01. Percepções sobre estética, padrões de beleza e influência de gênero (n = 34).

Variável investigada	Resposta	n	%
Realizou procedimento estético nos últimos 2 anos	Sim	34	100
	Não	0	0
Padrão de beleza midiático influencia a busca por procedimentos estéticos	Sim	34	100
	Não	0	0
Mulheres sofrem maior influência social para se adequar a padrões de beleza	Sim	33	97
	Não	1	3
Homens desistem de procedimentos por receio do rótulo "metrossexual"	Sim	28	82
	Não	6	18

Nota: n = frequência absoluta; % = frequência relativa. Os percentuais foram calculados considerando o total de participantes (N = 34).

4. DISCUSSÃO

Os resultados do presente estudo evidenciam elevada adesão a procedimentos estéticos, uma vez que todos os participantes (100%) relataram ter realizado ao menos um procedimento estético nos últimos dois anos. A diversidade de intervenções mencionadas — que incluiu desde procedimentos não invasivos, como limpeza de pele, peelings, massagens e tratamentos dermatológicos, até intervenções invasivas e cirúrgicas, como prótese mamária, abdominoplastia e lipoaspiração — revela a amplitude das práticas estéticas contemporâneas e a crescente naturalização dessas intervenções no cotidiano dos indivíduos.

Adicionalmente, observou-se consenso entre os participantes quanto à influência dos padrões de beleza veiculados pela mídia na busca por procedimentos estéticos, uma vez que 100% dos respondentes reconheceram essa influência. Tal achado reforça o papel central da mídia na transmissão de valores culturais, hábitos e modelos corporais, contribuindo para a construção e a reprodução de estereótipos estéticos e de gênero. Conforme apontado por Barbosa e Silva (2016), a mídia atua como um agente normatizador, incentivando a reprodução de padrões comportamentais e corporais que, muitas vezes, impulsionam a busca por procedimentos estéticos como estratégia de adequação social.

Na contemporaneidade, essa pressão estética é intensificada pelo protagonismo das redes sociais, que funcionam como vitrines digitais de corpos e estilos de vida idealizados. Nessas plataformas, a exposição constante de imagens editadas e performatizadas estimula a busca por validação social por meio de curtidas, seguidores e aprovação simbólica, reforçando a perseguição de um ideal estético frequentemente inatingível (Camargo & Souza, 2024). Esse cenário contribui para a internalização de padrões corporais rígidos e para o aumento da insatisfação com a própria imagem.

No que se refere às diferenças de gênero, os dados indicam que a maioria dos participantes (97%) acredita que as mulheres sofrem maior influência social para se adequarem a padrões de beleza, enquanto apenas uma pequena parcela (3%) discordou dessa afirmação. Esse resultado dialoga com a literatura, que aponta a imposição histórica da beleza como uma obrigação cultural feminina. Desde as primeiras civilizações, corpos e comportamentos das mulheres são regulados por normas estéticas que se perpetuam ao longo do tempo e são continuamente reforçadas pela mídia e pela cultura dominante (Novaes & Vilhena, 2003).

Na sociedade contemporânea, o ideal de beleza feminina associa-se frequentemente à magreza, à juventude e à definição corporal, padrões que impactam diretamente a autoestima e a saúde emocional das mulheres. Em um contexto social ainda marcado pelo machismo, a validação feminina permanece, em muitos casos, condicionada ao olhar e à aprovação masculina, sobretudo no âmbito das relações afetivas. Dessa forma, o padrão estético ocupa papel central no processo de socialização feminina, influenciando a percepção de valor pessoal e o reconhecimento social (Matos & Cruz, 2024).

Sob essa perspectiva, a padronização estética imposta às mulheres configura-se não apenas como uma preferência cultural, mas como um mecanismo de controle social que reforça desigualdades estruturais. Conforme argumenta Wolf (1992), à medida que as mulheres avançam em conquistas sociais, políticas e profissionais, os ideais de beleza tornam-se ainda mais restritivos e inatingíveis, funcionando como formas sutis de coerção que desviam a atenção de lutas sociais mais amplas. Assim, o chamado “mito da beleza” ultrapassa a esfera da vaidade individual, sustentando indústrias lucrativas baseadas na insegurança e condicionando o valor feminino à aparência.

No que concerne ao gênero masculino, os resultados demonstram que 82% dos participantes acreditam que alguns homens deixam de realizar procedimentos estéticos por receio de serem rotulados como metrossexuais, devido ao preconceito ainda associado a esse termo. Esse achado evidencia que, embora a busca masculina por cuidados estéticos tenha aumentado, persistem barreiras simbólicas relacionadas à masculinidade hegemônica. O termo “metrossexual”, apesar de referir-se apenas a um estilo de vida marcado pelo cuidado com a aparência, ainda é evitado por muitos homens por estar associado a estigmas sociais e questionamentos acerca da identidade de gênero e da sexualidade (Máximo & Leite, 2019).

Desde a infância, indivíduos são inseridos em contextos físicos e simbólicos que reforçam normas de gênero, atribuindo comportamentos, cores, atitudes e formas de expressão distintas a meninos e meninas. Enquanto a feminilidade é tradicionalmente associada à delicadeza e à estética, a masculinidade hegemônica é construída em torno

de atributos como força, poder, domínio e controle, o que contribui para a desvalorização de práticas associadas ao autocuidado estético entre homens (Baliscei & Pereira, 2023).

Entretanto, observa-se uma mudança gradual nesse cenário. Se anteriormente admitir vaidade era socialmente desencorajado entre homens, atualmente há maior aceitação do cuidado com a aparência como parte do bem-estar e da autoestima masculina. Estudos indicam que homens têm reconhecido os benefícios desses cuidados, compreendendo-os como práticas legítimas de autocuidado, desvinculadas de estereótipos de gênero (Mazurkewicz et al., 2017). Ainda assim, os resultados do presente estudo evidenciam que o preconceito e as normas de gênero continuam a exercer influência significativa sobre as escolhas estéticas masculinas.

5. CONCLUSÕES

O presente estudo alcançou seu objetivo ao analisar a influência dos papéis de gênero na busca por procedimentos estéticos, evidenciando que a adesão a essas intervenções é fortemente mediada por padrões estéticos disseminados pela mídia e pelo desejo de reconhecimento e aceitação social. Os resultados indicam que as mulheres são submetidas a maior pressão social para se adequarem a ideais estéticos normativos, enquanto os homens ainda enfrentam barreiras simbólicas relacionadas às construções tradicionais de masculinidade, como o receio de estigmatização ao expressar cuidados com a própria aparência.

Adicionalmente, os achados sugerem que os procedimentos estéticos exercem impacto positivo sobre a autoestima e as interações sociais dos indivíduos, reforçando a compreensão de que a estética ultrapassa a noção restrita de embelezamento e se articula a processos identitários, relacionais e socioculturais. Entretanto, também se evidenciou a presença de um modelo estético rígido e normativo, que pode contribuir para a manutenção de desigualdades e influenciar negativamente as percepções de autovalorização, especialmente quando internalizado de forma acrítica.

Apesar de ter atingido seus objetivos, o estudo apresenta limitações que devem ser consideradas, como o reduzido tamanho amostral, a predominância de participantes jovens e a ausência de uma análise comparativa entre indivíduos que realizaram e aqueles que não realizaram procedimentos estéticos. Nesse sentido, investigações futuras podem ampliar a compreensão do fenômeno por meio de amostras mais heterogêneas e do emprego de metodologias mistas, integrando abordagens quantitativas e qualitativas, a fim de aprofundar a análise das relações entre estética, autoestima e papéis de gênero.

Ainda assim, os resultados contribuem de forma relevante para o debate acerca da influência dos padrões estéticos contemporâneos sobre a autoimagem e as dinâmicas sociais, ressaltando a necessidade de reflexões críticas que problematizem os efeitos desses modelos normativos na construção das subjetividades e nas relações de gênero.

Contribuição de autores: Contribuição dos autores (CRediT): Conceitualização: M.J.L.B., A.E.S., L.A.F.B. e R.J.F.B.; Metodologia: M.J.L.B., A.E.S. e R.J.F.B.; Validação: R.J.F.B. e L.A.F.B.; Análise formal: M.J.L.B. e A.E.S.; Investigação: M.J.L.B. e A.E.S.; Curadoria de dados: M.J.L.B. e A.E.S.; Redação – versão original: M.J.L.B. e A.E.S.; Redação – revisão e edição: L.A.F.B. e R.J.F.B.; Visualização: M.J.L.B. e A.E.S.; Supervisão: R.J.F.B. e L.A.F.B. Todos os autores leram e aprovaram a versão final do manuscrito.

Financiamento: Esta pesquisa não recebeu financiamento específico de agências de fomento dos setores público, comercial ou sem fins lucrativos.

Agradecimentos: Os autores agradecem à Faculdade de Enfermagem Nova Esperança de Mossoró pelo apoio institucional e suporte fornecido durante a elaboração e desenvolvimento deste trabalho.

Declaração de conflito de interesse: Os autores declaram não haver conflito de interesses.

REFERÊNCIAS

- Baliscei, J. P., & Pereira, M. V. N. (2023). Desemaranhando estereótipos de gênero na cultura visual: O curta-metragem Purl (2019) e dissidências à masculinidade tóxica. *Revista Apotheke*, 9(2), 11–33. <https://doi.org/10.5965/24471267922023011>
- Barbosa, B. R. S. N., & Silva, L. V. (2016). A mídia como instrumento modelador de corpos: Gênero, padrões de beleza e hábitos alimentares. *Razón y Palabra*, 20(94), 672–687. <https://www.redalyc.org/pdf/1995/199547464041.pdf>
- Camargo, A. L., & Souza, C. (2024). O uso dos filtros de imagem e suas consequências na formação da autoimagem dos adolescentes. In *Anais do 22º Encontro Científico Cultural Interinstitucional*. Centro Universitário Evangélico de Goianésia (UNIEGO).
- Cassimiro, E. S., Galdino, F. F. S., & Sá, G. M. (2012). As concepções de corpo construídas ao longo da história ocidental: Da Grécia antiga à contemporaneidade. *Revista Eletrônica Print by*, 2, 61–79. https://www.ufsj.edu.br/portal2-repositorio/File/revistametanoia/4_GERALDO_CONFERIDO.pdf
- Fraga, M. C. L., & Souza, A. P. A. (2020). Uma análise da produção discursiva generificada no “Escola sem Partido”. *Cadernos de Pesquisa*, 50(176), 375–395. <https://doi.org/10.1590/198053147040>
- Matos, T. S. Q., & Cruz, I. P. (2024). Percepção da imagem corporal feminina: Influência das mídias sociais. *Revista Contemporânea*, 4(2), e3470. <https://doi.org/10.56083/RCV4N2-156>
- Máximo, A. R., & Leite, R. S. (2019). A identidade metrosssexual de homens consumidores de produtos de beleza. *Comunicação & Mercado*, 6, 89–101.
- Mazurkewicz, B., Fabricio, A., Dessbesell, V. H., Bussler, N. R., Rotili, L. B., & Lopes, L. F. (2017). A influência da vaidade no comportamento de compra do consumidor masculino das gerações X e Y. *ScientiaTec*, 4(3), 69–92.
- Moreira, M. D., & Di Lauro, L. S. (2020). Corpo midiático: O discurso da boa forma e a produção de sentido acerca do corpo feminino. In *Anais do III Encontro Nacional Discurso, Identidade e Subjetividade (ENDIS) (Vol. 3, pp. 57–67)*. Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano, Universidade Federal Fluminense;
- Novaes, J. V., & Vilhena, J. (2003). De Cinderela à Moura Torta: Sobre a relação mulher, beleza e feiura. *Interações*, 8(15), 9–36. <https://www.redalyc.org/pdf/354/35401502.pdf>
- Pereira, A. F., Bitencourt, B., & Medeiros, F. D. (2018). Autoestima e bem-estar pós-tratamentos de rejuvenescimento facial [Trabalho de conclusão de curso, Universidade do Sul de Santa Catarina]. Universidade do Sul de Santa Catarina.
- Santos, A. A. D. (2017). A influência da autoestima no processo de ensino-aprendizagem na educação infantil. *Revista Gestão Universitária*, 1–8.
- Wolf, N. (1992). O mito da beleza: Como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres. Rocco.