

Pesquisa original

A influência da mídia e da sociedade na busca pelo corpo perfeito

Rodrigo José Fernandes de Barros ^{1*}, Laura Amélia Fernandes Barreto ², Alícia Eliege da Silva³, Maria Jissely Lins Bezerra⁴.

1: Universidade Regional do Cariri

2: Universidade do Estado do Rio Grande do Norte

3: Universidade do Estado do Rio Grande do Norte

4: Faculdade de Enfermagem Nova Esperança de Mossoró

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

Resumo

A pressão estética e os padrões de beleza impostos pela sociedade impulsionam a busca por modificações corporais. A influência midiática e social gera insatisfação com a autoimagem, levando indivíduos a recorrerem a procedimentos estéticos para alcançar aceitação e status social. Trata-se de um estudo exploratório e descritivo, com abordagem quantitativa. A pesquisa foi realizada com 34 voluntários que passaram por procedimentos estéticos nos últimos dois anos. Os dados foram coletados por meio de um questionário online e analisados estatisticamente os resultados indicaram que a maioria dos participantes considera a baixa autoestima um fator determinante na decisão de realizar procedimentos estéticos. A influência da mídia e das redes sociais foi apontada como um elemento significativo na insatisfação corporal. Além disso, a necessidade de aceitação em grupos sociais e a busca por valorização profissional também se destacaram como fatores motivadores. A comparação constante com padrões estéticos irreais intensifica a insatisfação com o próprio corpo, levando à procura por intervenções cirúrgicas e não cirúrgicas. A pesquisa evidencia que a decisão por modificações estéticas está associada à influência midiática, pressões sociais e autoestima. A busca pelo corpo ideal reforça padrões estéticos muitas vezes inalcançáveis, impactando a saúde mental.

Palavras-chave: estética; autoimagem; rede social; insatisfação corporal.

Recebido:

01/11/2026

Aceito:

22/06/2026

Publicado:

29/06/2026

1. INTRODUÇÃO

Ao longo do tempo, o padrão de beleza tem se transformado, influenciado por fatores culturais, econômicos, históricos e sociais. Na contemporaneidade, a busca pela estética ideal é intensa, embora essa preocupação não seja recente. Com a expansão dos meios de comunicação e o fortalecimento da cultura da aparência, observa-se um crescimento expressivo na procura por procedimentos estéticos, incluindo cirurgias plásticas. Nesse contexto, blogueiras e influenciadoras digitais desempenham papel relevante na disseminação de tendências e padrões corporais, frequentemente estimulando o desejo por modificações físicas por meio da divulgação de resultados estéticos idealizados ou altamente padronizados (Kataoka et al., 2024).

A crescente exposição a esses conteúdos contribui para a consolidação de estereótipos de gênero e de padrões rígidos de beleza. A mídia reforça a ideia de um corpo ideal a ser alcançado, associando essa imagem a atributos socialmente valorizados, como status, popularidade, reconhecimento e aceitação social (Américo; Oliveira; Baquião, 2022).

Entre as mulheres, esse fenômeno tende a apresentar impacto ainda mais expressivo. A imagem feminina permanece fortemente vinculada aos padrões estéticos socialmente estabelecidos, tornando menos toleradas as características que divergem desses modelos. Nessa perspectiva, determinadas características corporais passam a ser percebidas como inadequações, favorecendo processos de exclusão ou julgamento social relacionados ao não enquadramento nos padrões predominantes (Américo; Oliveira; Baquião, 2022).

Diante dessa influência sociocultural, torna-se importante compreender o conceito de imagem corporal. A imagem corporal corresponde à representação que o indivíduo constrói de seu próprio corpo, integrando aspectos físicos, mentais e emocionais relacionados à percepção de si mesmo. Essa construção é dinâmica e sofre influência de fatores históricos, culturais, sociais, biológicos e individuais. Além dos aspectos perceptivos, componentes cognitivos e afetivos exercem papel fundamental em sua formação (Camargo et al., 2011).

Quando expostos continuamente a modelos corporais idealizados, muitos jovens passam a desejar modificações físicas com o objetivo de se aproximarem desses padrões. Como consequência, a insatisfação com a própria aparência torna-se um importante fator associado à busca por procedimentos estéticos. O estudo de Mathiasi et al. (2023) revelou que mais da metade dos participantes apresentou algum grau de distorção da autoimagem, com maior prevalência entre as mulheres. Os autores também observaram que muitos jovens realizam edições digitais em suas fotografias antes de publicá-las nas redes sociais, evidenciando a influência da mídia na percepção corporal.

Esse cenário demonstra como a pressão estética pode impactar o bem-estar psicológico e favorecer a procura por intervenções cirúrgicas como estratégia para minimizar a insatisfação com o próprio corpo (Mathiasi et al., 2023). Diante dessa problemática, questiona-se: quais são os principais fatores que influenciam a decisão de se submeter a procedimentos estéticos? Assim, o presente estudo tem como objetivo identificar os fatores que condicionam os indivíduos a se submeterem a procedimentos estéticos.

2. MATERIAL E MÉTODOS

2.1 Tipo de estudo

Trata-se de uma pesquisa exploratória e descritiva, com abordagem quantitativa.

2.2 População e amostra

A amostra foi definida por conveniência e composta por 34 voluntários, independentemente do sexo, que haviam realizado algum procedimento estético nos dois anos anteriores à coleta de dados. Foram incluídos indivíduos com idade igual ou superior a 18 anos, alfabetizados, que realizaram procedimento estético facial e/ou corporal no período estabelecido, concordaram em participar da pesquisa e assinaram o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE).

Foram excluídos indivíduos menores de 18 anos, aqueles que não haviam realizado procedimentos estéticos no período considerado, que não concluíram o questionário integralmente ou que não assinaram o TCLE.

2.3 Coleta de dados

A coleta de dados foi realizada durante o mês de março de 2021, por meio de um questionário online encaminhado aos participantes elegíveis. A amostra foi composta por indivíduos que haviam realizado procedimentos estéticos faciais e/ou corporais nos dois anos anteriores à pesquisa. Após a leitura e assinatura do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, os participantes tiveram acesso automático ao instrumento de pesquisa. O prazo para resposta foi de uma semana, sendo garantidos o anonimato e a confidencialidade das informações. Os primeiros 34 participantes que atenderam aos critérios de inclusão e concluíram integralmente o questionário foram incluídos no estudo.

2.4 Análise dos dados

Os dados coletados foram submetidos à análise quantitativa. As variáveis numéricas foram analisadas por meio de estatística descritiva, sendo expressas em frequências absolutas e relativas e sistematizadas em quadro, de modo a favorecer a organização, a clareza e a interpretação dos resultados. O Software utilizado para análise dos dados foi o SPSS.

2.5 Aspectos éticos

A pesquisa seguiu rigorosamente as normas éticas para estudos com seres humanos, conforme estabelecido pela Resolução do Conselho Nacional de Saúde (CNS) nº 466/2012 e nº 510/2016, que exige a assinatura do TCLE pelos participantes. Além disso, foram observadas as diretrizes do Código de Ética dos Profissionais Biomédicos, conforme a Resolução do Conselho Federal de Biomedicina (CFBM) nº 198/2011, que determina a suspensão da pesquisa caso haja risco à integridade dos participantes. O estudo foi aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa da FACENE, sob Protocolo CEP: 11/2021 e CAAE: 43219021.6.0000.5179.

3. RESULTADOS

A análise do perfil dos participantes evidenciou predominância de estudantes, que corresponderam a 53% da amostra. Observou-se também expressiva participação de profissionais da área da saúde, destacando-se enfermeiros (11,7%) e biomédicos (6%), além de funcionários públicos (6%). As demais ocupações apresentaram distribuição homogênea, cada uma representando 3% da amostra, incluindo profissionais das áreas de assessoria e comunicação, consultoria em saúde, administração, farmácia, digitação, vendas, design gráfico e corretores, o que demonstra a diversidade ocupacional dos respondentes.

Quanto à identidade sexual e/ou de gênero autorreferida, 44,1% dos participantes identificaram-se como do sexo feminino, 12% como do sexo masculino, 29,4% como homossexuais, 6% como bissexuais e 3% como lésbicas, enquanto 5,5% não informaram ou apresentaram respostas não classificáveis.

Em relação à faixa etária, observou-se predomínio de adultos jovens, com maior concentração na faixa entre 18 e 24 anos (59%). Adicionalmente, 26% dos participantes apresentavam idade igual ou superior a 40 anos, enquanto 12% situavam-se entre 30 e 35 anos. A menor proporção foi observada entre os indivíduos com idade entre 20 e 25 anos (3%).

Quanto 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 mencionada por 4% dos respondentes. Destaca-se que 8% das respostas foram consideradas inconsistentes, uma vez que indicaram localidades geográficas em vez de arranjos domiciliares.

No que diz respeito ao nível de escolaridade, constatou-se que metade dos participantes (50%) encontrava-se cursando ou havia concluído a graduação. Além disso, 26% relataram conclusão do ensino médio, enquanto 24% estavam cursando ou já haviam concluído a pós-graduação.

Por fim, todos os participantes (100%) relataram ter realizado ao menos um procedimento estético nos últimos dois anos. Os procedimentos mencionados englobaram intervenções faciais, corporais e cirúrgicas, incluindo

tratamentos minimamente invasivos, procedimentos dermatológicos, terapias corporais e cirurgias estéticas, evidenciando a ampla variedade de práticas estéticas adotadas pela amostra estudada.

As percepções dos participantes sobre a autoestima, aparência e procedimentos estéticos estão apresentadas no Quadro 1.

Quadro 1. Percepções dos participantes sobre autoestima, aparência e procedimentos estéticos (n = 34).

Questão investigada	Resposta	n (%)
Quanto maior a insatisfação com a aparência, menor a autoestima	Sim	31 (91,2)
	Não	3 (8,8)
Quanto menor a autoestima, maior a propensão à busca por procedimentos estéticos	Sim	28 (82,4)
	Não	6 (17,6)
Já se sentiu insatisfeito(a) com a própria aparência devido a padrões corporais veiculados pela mídia	Sim	30 (88,2)
	Não	4 (11,8)
O desejo de aceitação em grupos sociais influencia a busca por procedimentos estéticos	Sim	34 (100,0)
	Não	0 (0)
A sociedade rotula o corpo como meio para alcançar status social, relacionamentos e oportunidades	Sim	34 (100,0)
	Não	0 (0)

Nota: Os dados são apresentados em frequência absoluta (n) e relativa (%). Percentuais calculados com base no total de participantes (n = 34).

3. DISCUSSÃO

Observa-se que níveis elevados de insatisfação com a aparência tendem a impulsionar indivíduos à busca por intervenções estéticas como uma estratégia para alcançar maior segurança pessoal e aceitação social. Tal achado está em consonância com a literatura, que aponta que a insatisfação com a imagem corporal exerce impacto significativo sobre a autopercepção, influenciando diretamente as relações interpessoais e o bem-estar psicológico (Cash; Pruzinsky, 2002). Esse resultado foi evidenciado no presente estudo, no qual 91,2% dos participantes concordaram que a insatisfação com a aparência está associada à redução da autoestima. Além disso, 82,4% consideraram que indivíduos com menor autoestima apresentam maior propensão a buscar procedimentos estéticos, reforçando a estreita relação entre autoimagem, bem-estar psicológico e desejo de modificação corporal.

A autoestima pode ser compreendida como um conjunto de atitudes, opiniões e julgamentos que o indivíduo constrói sobre si mesmo a partir de suas autoavaliações. Trata-se, portanto, de um constructo dinâmico, que envolve percepções positivas ou negativas acerca da própria identidade. Quando determinados aspectos físicos geram incômodo ou insatisfação, há uma tendência ao desenvolvimento de julgamentos negativos, o que pode resultar em níveis reduzidos de autoestima (Mosquera & Stobäus, 2006).

As formas como os indivíduos se percebem e se avaliam refletem diretamente na construção da identidade pessoal, abrangendo dimensões psicológicas e emocionais. Nesse sentido, a autoestima manifesta-se não apenas nos sentimentos internos, mas também nos comportamentos, nos cuidados com a saúde e com a aparência, bem como na maneira como cada pessoa se valoriza socialmente (Martins & Ferreira, 2020). Assim, a imagem corporal apresenta-se como um elemento central na relação do indivíduo consigo mesmo.

A imagem corporal está intimamente relacionada ao grau de satisfação pessoal e à forma como o indivíduo se percebe. Conforme Grogan (2017), quando existe um descompasso entre a aparência idealizada e a percepção real do próprio corpo, tendem a emergir sentimentos de frustração, insegurança e inadequação. Os resultados deste estudo corroboram essa perspectiva ao demonstrar que níveis mais elevados de insatisfação com a aparência estão associados a menores escores de autoestima, evidenciando a influência direta da autoimagem sobre o bem-estar psicológico. Nesse contexto, os procedimentos estéticos passam a ser percebidos como estratégias capazes de promover maior confiança e satisfação pessoal, especialmente entre indivíduos com maior vulnerabilidade emocional.

Nesse sentido, a autoestima apresenta uma relação bidirecional com a aparência, podendo ser influenciada de forma positiva ou negativa. Indivíduos que demonstram preocupação excessiva com a aparência tendem a desenvolver baixa autoestima quando percebem características físicas que não correspondem às suas expectativas, o que pode levá-los a recorrer a procedimentos estéticos como tentativa de solucionar tal insatisfação (Pinheiro et al., 2020).

Entretanto, embora os procedimentos estéticos possam promover melhorias na autoestima, seus efeitos não são homogêneos entre os indivíduos. Miller et al. (2024) destacam que, apesar de muitos pacientes relatarem satisfação após procedimentos cirúrgicos, alguns podem apresentar perturbações psicológicas temporárias ou persistentes, especialmente na presença de fatores prévios como ansiedade, depressão ou expectativas irreais. Dessa forma, a avaliação psicológica pré-operatória torna-se fundamental para favorecer um melhor ajustamento emocional e resultados mais positivos no pós-operatório.

A decisão de realizar procedimentos estéticos, especialmente em contextos de baixa autoestima, é influenciada por fatores psicológicos, sociais e midiáticos. Estudos indicam que as redes sociais desempenham papel relevante ao intensificar a insatisfação corporal por meio da disseminação de padrões de beleza idealizados, o que pode estimular a busca por modificações estéticas (Silva; Japur; Penaforte, 2020). Nesse cenário, a orientação psicológica prévia assume importância central para promover decisões mais conscientes e equilibradas.

A exposição constante a corpos considerados “perfeitos” pela mídia exerce forte impacto na percepção da autoimagem, uma vez que os indivíduos passam a se sentir pressionados a corresponder a padrões estéticos socialmente valorizados (Silva; Japur; Penaforte, 2020). Os dados desta pesquisa corroboram essa influência, uma vez que 88,2% dos participantes relataram já ter se sentido insatisfeitos com a própria aparência em decorrência dos padrões corporais difundidos pela mídia. Esse achado evidencia o papel dos meios de comunicação na construção de expectativas estéticas e na intensificação da insatisfação corporal.

Nesse contexto, a mídia destaca-se como um dos principais fatores associados à insatisfação corporal, pois, por meio de revistas, televisão e, sobretudo, da internet, veicula imagens de corpos idealizados — magros, torneados e esteticamente padronizados — que estimulam comparações e interferem diretamente na forma como as pessoas percebem seus próprios corpos (Silva; Japur; Penaforte, 2020). Essa influência contribui de maneira significativa para o aumento da insatisfação corporal, com repercussões negativas tanto na vida pessoal quanto profissional (Castro et al., 2020). Assim, a consciência corporal deve ser compreendida dentro de um contexto cultural e relacional, uma vez que o corpo ultrapassa a dimensão exclusivamente biológica, assumindo significados sociais, psicológicos, culturais e até religiosos (Silva; Japur; Penaforte, 2020).

Historicamente, a sociedade sempre esteve orientada pela busca de um ideal de beleza. Em diferentes períodos, padrões estéticos foram estabelecidos e utilizados como critérios de aceitação social, marginalizando aqueles que não se adequavam a tais modelos. A beleza passou a ser associada ao amor-próprio e à valorização social, tornando-se um requisito para o reconhecimento e a inclusão. Na contemporaneidade, esses padrões permanecem rígidos, e a não conformidade a eles pode resultar em questionamentos quanto à participação social dos indivíduos (Silva, 2022).

A necessidade de pertencimento e aceitação social constitui um dos principais motivadores para a realização de mudanças estéticas. A teoria da identidade social, proposta por Tajfel e Turner (1986), explica que os indivíduos tendem a se identificar com grupos socialmente valorizados e, muitas vezes, modificam características pessoais para se adequar a esses padrões. No contexto estético, isso se traduz na busca por procedimentos que favoreçam o reconhecimento e a aceitação nos círculos sociais. Essa percepção foi unânime entre os participantes do estudo, uma vez que 100% afirmaram que o desejo de aceitação em grupos sociais influencia a busca por procedimentos estéticos. Da mesma forma, todos os respondentes concordaram que a sociedade atribui ao corpo um papel relevante na obtenção de status social, relacionamentos e oportunidades, demonstrando o forte componente social envolvido na valorização da aparência física.

A influência midiática torna-se ainda mais preocupante diante da ampla divulgação de procedimentos estéticos invasivos por influenciadores digitais, muitas vezes em desacordo com a legislação vigente, como a Resolução CFM nº 2.126/2015. Além disso, esse conteúdo é frequentemente acessado por adolescentes, intensificando a pressão estética em faixas etárias vulneráveis. Dados da Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica apontam um crescimento expressivo de 114% na realização de cirurgias estéticas entre adolescentes de 14 a 18 anos entre 2008 e 2012, evidenciando a magnitude desse fenômeno (Kleinschmidt et al., 2021).

No contexto social atual, o corpo assume a condição de um importante capital simbólico, sendo moldado, construído e exibido de acordo com os padrões estéticos vigentes. Consolida-se, assim, a expectativa de que quanto mais próximo do ideal de beleza, maiores serão as chances de alcançar felicidade, sucesso e reconhecimento social, reforçando a centralidade da aparência como valor social (Castro et al., 2020). Dessa forma, Sarturi e Cerqueira (2017) destacam a valorização do corpo magro como sinônimo de status social, felicidade e êxito profissional. Essa

lógica reflete a construção de um sistema no qual a aparência se converte em capital simbólico, conforme discutido por Bourdieu (1986), fazendo com que a busca incessante pelo corpo “perfeito” frequentemente ultrapasse os limites do bem-estar e da saúde, transformando-se em uma exigência social internalizada pelos indivíduos.

No contexto brasileiro, essa dinâmica é particularmente evidente. Goldenberg (2006) descreve o corpo, especialmente o feminino, como um elemento central de valorização social, constantemente trabalhado, moldado e exibido. A pressão para atingir padrões estéticos vigentes gera insatisfação e baixa autoestima, ao mesmo tempo em que impulsiona a crescente demanda por procedimentos estéticos e cirurgias plásticas. Assim, a indústria da beleza consolida-se ao transformar a insatisfação corporal em um mercado lucrativo, perpetuando um ciclo no qual a aparência ocupa um lugar central na construção do valor social (Goldenberg, 2006).

4. CONCLUSÕES

Este estudo evidenciou que a decisão de se submeter a procedimentos estéticos está diretamente relacionada a fatores psicológicos, sociais e midiáticos. A insatisfação com a própria aparência e a baixa autoestima mostraram-se elementos centrais nesse processo, frequentemente associadas ao desejo de melhorar a autoimagem e alcançar maior aceitação social.

A influência da mídia e das redes sociais destacou-se como fator determinante na construção de padrões estéticos idealizados, intensificando a pressão social e o desejo de transformação corporal. Ademais, o sentimento de pertencimento e valorização social emergiu como um importante motivador para a realização desses procedimentos.

Como limitação, ressalta-se o uso de amostra por conveniência e a abordagem quantitativa, que restringem a generalização dos resultados e a compreensão aprofundada das motivações subjetivas. Assim, recomenda-se que estudos futuros adotem amostras mais amplas e metodologias qualitativas para aprofundar a análise dos impactos psicológicos e sociais envolvidos na busca por intervenções estéticas.

Contribuição de autores: Contribuição dos autores: Conceitualização: R.J.F.B., L.A.F.B., A.E.S e M.J.L.B. Metodologia: R.J.F.B., L.A.F.B., A.E.S. e M.J.L.B. Investigação: M.J.L.B e A.E.S. Curadoria de dados: M.J.L.B e A.E.S. Análise formal: A.E.S. e M.J.L.B. Redação – versão original: R.J.F.B. L.A.F.B, M.J.L.B e A.E.S. Redação – revisão e edição: A.E.S e M.J.L.B. Supervisão: R.J.F.B e L.A.F.B. Administração do projeto: M.J.L.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 aos participantes da pesquisa pela disponibilidade e contribuição para a realização deste estudo.

Declaração de conflito de interesse: Os autores declaram que não há conflitos de interesse relacionados a este estudo.

REFERÊNCIAS

- Américo, K. A. P., Oliveira, R. C. A., & Baquião, L. A. (2022). A influência da mídia nos padrões de beleza. *Revista Saúde em Foco*, 14, 958–970. <https://portal.unisepe.com.br/unifia/wp-content/uploads/sites/10001/2022/09/A-INFLU%C3%8ANCIA-DA-M%C3%8DDIA-NOS-PADR%C3%95ES-DE-BELEZA-p%C3%A1g-958-a-970.pdf>
- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education* (pp. 241–258). Greenwood Press.
- Camargo, B. V., Goetz, E. R., Bousfield, A. B. S., & Justo, A. M. (2011). Representações sociais do corpo: Estética e saúde. *Temas em Psicologia*, 19(1), 257–268. <https://www.redalyc.org/pdf/5137/513751437021.pdf>
- Cash, T. F., & Pruzinsky, T. (Eds.). (2002). *Body image: A handbook of theory, research, and clinical practice*. Guilford Press.
- Castro, A. P., Lopes, N. E., Moreira, T. B. V., Oliveira, T. A., & Rodrigues, T. C. M. R. (2020). Os impactos da mídia na imagem corporal (Trabalho de conclusão de curso, Centro Universitário de Várzea Grande [UNIVAG]). Repositório Institucional UNIVAG. <http://www.repositoriodigital.univag.com.br/index.php/Psico/article/viewFile/605/602>
- Goldenberg, M. (2006). O corpo como capital: Para compreender a cultura brasileira. *Arquivos em Movimento*, 2(2), 116–123. <http://www.miriangoldenberg.com.br>
- Grogan, S. (2017). *Body image: Understanding body dissatisfaction in men, women, and children* (3rd ed.). Routledge.
- Kataoka, A., Mendes, C. C. S., Lello, N. G. S., Saada, R. C., & Kapritchkoff, M. R. R. (2024). The influence of social media on the decision to undergo plastic surgery. *Revista Brasileira de Cirurgia Plástica*, 39(2), 1–7. <https://www.rbc.org.br>
- Kleinschmidt, F. L., Lima, Y. V. N., Lima, M. M., & Roma, A. M. (2021). Redes sociais e a pressão estética: Um impacto na saúde dos adolescentes. In *Anais do XII EPCC UNICESUMAR*. Universidade Cesumar. <https://www.unicesumar.edu.br/anais-epcc-2021/wp-content/uploads/sites/236/2021/11/287.pdf>
- Martins, R. S. G., & Ferreira, Z. A. B. (2020). A importância dos procedimentos estéticos na autoestima da mulher. *Id on Line Revista Multidisciplinar e de Psicologia*, 14(53), 443–453. <https://doi.org/10.14295/idonline.v14i53.2807>
- Mathiasi, L. B., Fernandes, L. P., Réche, T. F., Faria, L. N., Silva, Y. J., Lopes, L. U., Costa, R. V., & Oliveira, R. A. (2023). A influência do padrão estético na autoimagem corporal e a busca de intervenções cirúrgicas por jovens. *Brazilian Journal of Development*, 9(6), 19591–19607. <https://doi.org/10.34117/bjdv9n6-059>
- Mosquera, J. J. M., & Stobäus, C. D. (2006). Auto-imagem, auto-estima e auto-realização: Qualidade de vida na universidade. *Psicologia, Saúde & Doenças*, 7(1), 83–88. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=36270106>
- Miler, B. L., Bernardo, A. B. S., Adorno, C. R., Silva, I. H. S., Solano, N. P., Soares, M. A., et al. (2024). Impactos psicológicos das cirurgias plásticas estéticas: Uma revisão narrativa das implicações e avaliações pré-operatórias. *Studies in Health Sciences*, 5(3), 1–12. <https://doi.org/10.54022/shsv5n3-037>
- Pinheiro, T. A., Piovezan, N. M., Batista, H. H. V., & Muner, L. C. (2020). Relação dos procedimentos estéticos com satisfação da autoimagem corporal e autoestima de mulheres. *Revista Cathedral*, 2(1). <http://cathedral.ojs.galoa.com.br/index.php/cathedral/article/view/106>
- Sarturi, L., & Cerqueira, C. (2017). Mulheres, empoderamento e autoestima: A influência dos blogs de moda na identidade plus size. *Gênero & Direito*, 6(1), 115–142. https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/55144/1/2017_Sarturi_Cerqueira_mulheres.pdf
- Silva, A. F. S., Japur, C. C., & Penaforte, F. R. O. (2020). Repercussões das redes sociais na imagem corporal de seus usuários: Revisão integrativa. *Psicologia: Teoria e Pesquisa*, 36, e36510. <https://doi.org/10.1590/0102.3772e36510>
- Silva, F. M. (2022). Os padrões estéticos face aos processos de exclusão social. *Revista Científica Intelletto*, 6(2). <https://revista.grupofaveni.com.br/index.php/revista-intelletto/article/view/485>
- Tajfel, H., & Turner, J. C. (1986). The social identity theory of intergroup behavior. In S. Worchel & W. G. Austin (Eds.), *Psychology of intergroup relations* (2nd ed., pp. 7–24). Nelson-Hall.

NOTA DE INFORMAÇÃO: As declarações, opiniões e dados contidos em todas as publicações são de exclusiva responsabilidade dos autores e colaboradores individuais, e não da instituição mantenedora deste periódico e/ou dos editores. A Cientific@ e/ou os editores se eximem de qualquer responsabilidade por danos a pessoas ou bens resultantes de ideias, métodos, instruções ou produtos mencionados no conteúdo.