

**CENTRO UNIVERSITÁRIO DE IPORÁ - UNIPORÁ**

**JULIANNA MIRANDA MARQUES TAVARES**

**INFLUÊNCIA DA MÍDIA NO CONSUMO DE PROCEDIMENTOS  
ESTÉTICOS: IMPACTOS PSICOSSOCIAIS E BALIZAS ÉTICAS**

**IPORÁ - GOIÁS**

**2025**

**JULIANNA MIRANDA MARQUES TAVARES**

**INFLUÊNCIA DA MÍDIA NO CONSUMO DE PROCEDIMENTOS  
ESTÉTICOS: IMPACTOS PSICOSSOCIAIS E BALIZAS ÉTICAS**

Artigo apresentado à Banca Examinadora do Curso de Tecnologia em  
Estética e Cosmética do Centro Universitário de Iporá - UNIPORÁ  
como exigência parcial para obtenção do título de Tecnóloga em  
Estética e Cosmética.

Orientador: Prof. Ms. Kaio José Silva Maluf Franco

**BANCA EXAMINADORA**

---

Prof. Ms. Kaio José Silva Maluf Franco - UNIPORÁ

Presidente da Banca e Orientador

---

Profª Esp. Cristina Maria da Costa - UNIPORÁ

Examinador(a)

---

Profª Esp. Zilta Monteiro dos Santos - UNIPORÁ

Examinador(a)

**IPORÁ – GOIÁS**

**2025**

# INFLUÊNCIA DA MÍDIA NO CONSUMO DE PROCEDIMENTOS ESTÉTICOS: IMPACTOS PSICOSSOCIAIS E BALIZAS ÉTICAS<sup>1</sup>

## THE INFLUENCE OF MEDIA ON THE CONSUMPTION OF AESTHETIC PROCEDURES: PSYCHOSOCIAL IMPACTS AND ETHICAL CONSIDERATIONS

*Julianna Miranda Marques Tavares<sup>2</sup>*

### RESUMO

Este artigo analisa, por meio de pesquisa exclusivamente bibliográfica e documental, como mídias sociais e ambientes de comunicação do setor de beleza influenciam o consumo de procedimentos estéticos, tensionando autoimagem e autoestima de mulheres e suscitando limites éticos na promoção de padrões de beleza. O problema investigado indaga em que medida e por quais mecanismos a comunicação midiática e setorial impacta decisões de consumo e quais balizas éticas devem orientar a prática profissional. Objetivou-se: examinar estratégias e formatos midiáticos associados à normatização da aparência e à intenção de consumo; identificar impactos psicossociais recorrentes; e discutir parâmetros éticos e legais aplicáveis à comunicação e à atuação em estética. O método compreendeu identificação, seleção e síntese crítica de literatura científica e documentos setoriais recentes, organizados em três eixos: influência midiática, impactos psicossociais e limites éticos. Os resultados indicam convergência de evidências sobre a intensificação da comparação social, da insatisfação corporal e da pressão por conformidade a ideais inatingíveis, com maior sensibilidade entre mulheres e jovens; apontam, ainda, nuances em que narrativas de autocuidado podem favorecer bem-estar quando mediadas por informação qualificada e expectativas realistas. No plano ético, destacam-se a necessidade de consentimento informado robusto, transparência quanto a riscos e benefícios, não indução por promessas irreais e distinção clara entre orientação técnica e publicidade. Conclui-se que a combinação de comunicação responsável, educação midiática e protocolos informativos padronizados pode reduzir assimetrias de informação, fortalecer a autonomia do cliente/paciente e alinhar a prática estética à diversidade corporal, à segurança e ao bem-estar.

**Palavras-chave:** mídia e estética; padrões de beleza; autoimagem e autoestima; ética em procedimentos; consumo estético.

### ABSTRACT

This article examines, through an exclusively bibliographic and documentary study, how social media and communication environments in the beauty sector influence the consumption of aesthetic procedures, straining women's body image and self-esteem while raising ethical limits in the promotion of beauty standards. The research problem asks to what extent and by which mechanisms media and sector communication impact consumption decisions and which ethical guidelines should orient professional practice. The objectives were to: analyze media formats and strategies associated with appearance normalization and purchase intention; identify recurrent psychosocial impacts; and discuss ethical-legal parameters applicable to communication and practice in aesthetics. The method comprised the identification, selection, and critical synthesis of recent scientific literature and sector documents,

<sup>1</sup> Artigo apresentado à Banca Examinadora do Curso de Estética e Cosmética do Centro Universitário de Iporá - UNIPORÁ como exigência parcial para obtenção do título de Tecnólogo em Estética e Cosmética. Orientador: Prof. Ms. Kaio José Silva Maluf Franco.

<sup>2</sup> Acadêmica do Curso de Tecnologia em Estética e Cosmética do Centro Universitário de Iporá-UNIPORÁ, GO. Email: juliannamarques03@gmail.com

organized into three axes: media influence, psychosocial impacts, and ethical limits. Results indicate converging evidence of intensified social comparison, body dissatisfaction, and pressure to conform to often unattainable ideals, with greater sensitivity among women and youth; they also reveal nuances in which self-care narratives can support well-being when mediated by qualified information and realistic expectations. Ethically, robust informed consent, transparency about risks and benefits, non-inducement via unrealistic promises, and a clear distinction between technical guidance and advertising are highlighted. It is concluded that the combination of responsible communication, media literacy, and standardized informational protocols can reduce information asymmetries, strengthen client/patient autonomy, and align aesthetic practice with body diversity, safety, and well-being.

**Keywords:** media and aesthetics; beauty standards; body image and self-esteem; ethics in procedures; aesthetic consumption.

## 1. INTRODUÇÃO

As mídias sociais e os ecossistemas de comunicação do setor de beleza intensificaram a circulação de padrões estéticos idealizados, frequentemente inatingíveis, moldando expectativas sobre corpo e aparência e influenciando práticas de autocuidado e consumo de procedimentos estéticos em diferentes faixas etárias, com maior incidência entre mulheres e públicos jovens. Nesse ambiente marcado por estabelecimento de padrão visual, filtros, linguagem aspiracional e recomendação algorítmica, a comparação social e a normatização do “parecer adequado” tornam-se mais presentes, o que confere relevância científica e social à análise crítica dos seus efeitos psicossociais e implicações éticas.

O problema de pesquisa girou em torno da questão como e em que medida a comunicação midiática e setorial influencia a decisão de consumo de procedimentos estéticos, tensiona a autoimagem e a autoestima de mulheres e quais limites éticos devem balizar a promoção e a difusão de padrões de beleza nesse ecossistema comunicacional. Essa questão emerge da necessidade de compreender os mecanismos de influência, a ambivalência entre bem-estar e pressão estética e as responsabilidades informacionais de profissionais e instituições diante de audiências vulneráveis.

Investigar essa interface é pertinente porque o aumento da visibilidade de padrões idealizados pode ampliar assimetrias de informação e favorecer decisões pouco informadas, ao mesmo tempo em que práticas de comunicação responsáveis têm potencial para promover escolhas mais conscientes e reduzir danos psicossociais. Do ponto de vista profissional, a área de Estética e Cosmética demanda referenciais claros para separar orientação técnica de publicidade, fortalecer o consentimento informado e alinhar a prática a princípios de autonomia, beneficência,

não maleficência e justiça, contribuindo para cuidado seguro, humanizado e socialmente responsável.

O objetivo geral da pesquisa é analisar, por meio de pesquisa bibliográfica e documental, a influência da mídia nos ambientes de comunicação do setor de beleza no consumo de procedimentos estéticos, os desafios psicológicos enfrentados por mulheres e os limites éticos na construção e difusão de padrões de beleza. Os objetivos específicos são: a) examinar como formatos e estratégias midiáticas participam da normatização da aparência e da decisão de consumo; b) identificar impactos psicossociais recorrentes sobre autoimagem, autoestima e bem-estar; e c) discutir parâmetros éticos e legais aplicáveis à comunicação e à prática profissional, distinguindo aconselhamento técnico de promoção comercial.

As hipóteses que pautaram a pesquisa são: H1 — a exposição contínua a conteúdos aspiracionais, mediada por curadoria algorítmica e por influenciadores, aumenta a probabilidade de insatisfação corporal e de intenção de consumir procedimentos; H2 — vulnerabilidades individuais e contextuais (p. ex., baixa autoestima, menor literacia midiática) intensificam o efeito da exposição sobre decisões pouco informadas; H3 — comunicação transparente, consentimento informado robusto e educação midiática mitigam pressões estéticas e favorecem escolhas mais conscientes, reduzindo o risco de expectativas irreais e de danos psicossociais.

A organização do artigo na sequência apresenta a revisão da literatura, os procedimentos metodológicos da pesquisa bibliográfica e documental; em seguida, discutem-se os resultados à luz de três eixos — influência midiática, impactos psicossociais e limites éticos — culminando em conclusões e recomendações para comunicação responsável e protocolos de atuação alinhados à diversidade corporal, à segurança e ao bem-estar.

## **2. REVISÃO DE LITERATURA**

### **2.1 Mídia do setor estético estimula o consumo de procedimentos estéticos**

Esta seção tem como objetivo analisar como a mídia, especialmente o setor da beleza, influencia o aumento do consumo de procedimentos estéticos. Busca-se compreender de que forma os discursos midiáticos, as estratégias de marketing e a atuação de influenciadores digitais contribuem para a construção e a disseminação

de padrões corporais idealizados. Serão discutidos os impactos da exposição constante a esses modelos na percepção da autoimagem e as consequências psicossociais da pressão estética. Além disso, examina-se o papel das redes sociais na intensificação da busca por intervenções estéticas, principalmente entre mulheres, revelando a transformação do corpo em objeto de consumo dentro de uma lógica que privilegia a aparência em detrimento da diversidade.

O marketing exercido por meio das mídias do setor estético influencia significativamente diversos aspectos do cotidiano, disseminando conceitos e promovendo produtos e serviços entre os consumidores. Dessa forma, atua diretamente na formação de preferências e comportamentos, abrangendo áreas como moda, padrões estéticos, hábitos de consumo e estilo de vida. Além disso, contribui para a consolidação de determinados padrões sociais como os mais apropriados ou desejáveis (Sirqueira *et al.*, 2024, p. 398).

Na sociedade contemporânea, observa-se uma crescente valorização do corpo, que passou a desempenhar um papel fundamental na construção da identidade. Essa valorização está diretamente relacionada à preocupação com a autoimagem, à adoção de padrões estéticos rigorosos e ao consumo das tendências da moda (Silva *et al.*, 2023, p. 218). Assim, o corpo tornou-se não apenas uma forma de expressão pessoal, mas também um reflexo das exigências sociais e culturais que moldam a maneira como o indivíduo se percebe.

Atualmente, o corpo é compreendido como um objeto passível de constante modificação, moldado conforme necessidades e desejos individuais. Tornou-se, assim, um elemento central de visibilidade social, recebendo atenção privilegiada em um contexto cultural que valoriza a imagem corporal. Inserida em uma lógica de consumo exacerbado, a sociedade estimula não apenas a busca por produtos e serviços, mas também a construção de identidades marcadas pela individualização e pela performance. Nesse cenário, é necessário refletir sobre os fatores que impulsionam o crescimento das intervenções estéticas e sobre as possíveis consequências psicossociais da constante tentativa de alcançar um padrão idealizado de corpo (Teixeira, 2022, p. 89).

A preocupação excessiva com a aparência física e a busca constante por um corpo considerado ideal tornaram-se comuns em diversos contextos, como academias, clínicas de estética e até mesmo nas conversas cotidianas (Oliveira, 2024, p. 19). Esses ambientes são frequentemente marcados por discussões sobre dietas

milagrosas, suplementos que prometem resultados rápidos, práticas intensas de exercícios e procedimentos estéticos voltados à adequação aos padrões de beleza socialmente impostos.

O setor da indústria da beleza, especialmente nas redes sociais, evidencia a constante pressão para se adequar aos padrões estéticos impostos socialmente. Essa realidade afeta principalmente as mulheres, que se submetem, com frequência cada vez maior, a procedimentos estéticos invasivos como as cirurgias plásticas, as quais passaram a ser tratadas como produtos comercializáveis (Oliveira, 2024, p. 20). Dada tal circunstância, o corpo se transforma em mercadoria, e a beleza torna-se um produto vendável revelando uma pressão social e ciclos inquebráveis.

Com o crescimento das redes sociais, especialmente o Instagram, tornou-se evidente o papel dessas plataformas na construção e na propagação de um novo ideal de beleza. O Instagram contribui significativamente para a disseminação de modelos corporais padronizados, muitas vezes inatingíveis, ao oferecer ferramentas que promovem modificações na aparência, como filtros e edições de imagem. Esses recursos impactam diretamente a percepção das usuárias sobre si mesmas, estimulando a insatisfação com a própria imagem e influenciando a busca por intervenções estéticas. Esse fenômeno evidencia como as redes sociais participam ativamente da formação da subjetividade feminina e da manutenção de padrões estéticos excludentes (Silva, Juliana 2023, p. 18).

De acordo com Poder360 (2024), passar horas nas mídias sociais, seguir perfis de celebridades e usar filtros para melhorar fotos são fatores associados a maior desejo de passar por intervenções estéticas e ao aumento da procura por esse tipo de consulta. Como resultado, observa-se um aumento considerável na procura por procedimentos estéticos, impulsionado não apenas por decisões pessoais, mas também por pressões exercidas no ambiente virtual.

A mídia desempenha um papel central na promoção de discursos que exaltam a conquista de um padrão estético idealizado, reforçando estereótipos de perfeição amplamente disseminados. Embora tais imposições sejam, muitas vezes, apresentadas como escolhas individuais, a diversidade promovida pela publicidade tende a ocultar mecanismos sutis de controle simbólico. Nesse sentido, a noção de livre-arbítrio torna-se relativa, já que os indivíduos são continuamente influenciados por representações midiáticas que moldam suas percepções sobre o corpo (Santos et al., 2024, p. 2). Como consequência, estabelece-se uma busca incansável por um

ideal estético inatingível, impactando diretamente a autoestima e o bem-estar dos consumidores.

Os meios de comunicação exercem um papel fundamental na construção dos padrões estéticos corporais femininos, ao disseminarem constantemente imagens de mulheres magras como modelos ideais a serem seguidos. É comum a veiculação de matérias nas quais essas mulheres relatam suas rotinas de cuidados com o corpo, a pele e o cabelo, reforçando a ideia de um padrão corporal perfeito. A mídia impressa, em particular, associa a magreza à saúde, ao bem-estar e ao sucesso profissional e financeiro. Nesse contexto, a figura feminina bem-sucedida é frequentemente representada por alguém que mantém uma rotina de treinos físicos com acompanhamento profissional, segue uma dieta equilibrada e realiza procedimentos estéticos — práticas, em sua maioria, inacessíveis para grande parte da população (Nascimento *et al.*, 2022, p. 2).

Observa-se um aumento significativo no número de jovens que, ao ultrapassarem a fase da adolescência, recorrem a clínicas estéticas com o intuito de rejuvenescer ou retardar os sinais do envelhecimento. Tal comportamento está frequentemente associado à insatisfação com a própria aparência e ao desejo de assemelhar-se a figuras públicas ou influenciadores, o que contribui para a crescente demanda por procedimentos de harmonização facial e corporal (Lemos, 2024).

Muitas mulheres, ao consumirem conteúdos televisivos e acessarem redes sociais, passam a confrontar seus corpos com os padrões estéticos amplamente disseminados nesses meios. Esses padrões, muitas vezes irreais e excludentes, são reforçados por influenciadores digitais que promovem estilos de vida idealizados. Como resultado dessa exposição constante, torna-se comum a busca por procedimentos estéticos, frequentemente divulgados de maneira irresponsável, sem consideração pelos riscos envolvidos (Miranda *et al.*, 2022, p. 5).

Essa influência midiática pode gerar sentimentos de inadequação e inferioridade, já que o corpo fora do padrão é socialmente desvalorizado. A mídia, sobretudo a televisão, contribui para a construção de um imaginário coletivo que valoriza a padronização do corpo feminino, favorecendo a disseminação de ideais estéticos homogêneos e excludentes (Miranda *et al.*, 2022, p. 5).

Diante do exposto, percebe-se que a mídia exerce grande influência na construção de padrões estéticos e no incentivo ao consumo de procedimentos estéticos, ao reforçar ideais de beleza padronizados e, muitas vezes, inatingíveis. A



exposição constante a esses modelos, sobretudo nas redes sociais, estimula a insatisfação corporal e afeta diretamente a autoestima e o bem-estar, especialmente do público feminino. Assim, a mídia atua não apenas como meio de informação e publicidade, mas também como formadora de comportamentos e percepções sobre o corpo. Compreender essa dinâmica é essencial para uma reflexão crítica sobre a pressão estética na sociedade atual e seus efeitos psicossociais.

## **2.2 Os desafios psicológicos enfrentados por mulheres**

Esta seção tem como objetivo analisar os principais desafios psicológicos enfrentados por mulheres diante da pressão social para atender a padrões estéticos idealizados, amplamente disseminados pela mídia e reforçados por práticas culturais contemporâneas. A construção da autoimagem feminina, cada vez mais vinculada à aparência física, tem causado impactos significativos na saúde mental, como baixa autoestima, insegurança, insatisfação corporal e transtornos alimentares. Serão abordados, ainda, temas como envelhecimento, comparação nas redes sociais e a associação entre beleza e valor pessoal, evidenciando como esses fatores contribuem para o sofrimento psíquico e afetam negativamente o bem-estar emocional das mulheres em uma sociedade marcada por cobranças estéticas constantes.

A mídia, por meio de seus diversos canais de comunicação e em parceria com as indústrias da moda e do consumo, tem criado, modificado e recriado, ao longo do tempo, diferentes padrões de beleza. Esses padrões, constantemente adaptados, refletem as características culturais de cada época e influenciam diretamente a maneira como a sociedade constrói sua percepção estética e identidade individual (Silva *et al.*, 2023, p. 220).

Nesse processo, as mídias utilizam estratégias publicitárias que exercem considerável influência sobre a forma como os indivíduos percebem e constroem suas identidades corporais. Ao promoverem modelos idealizados de corpo, formas de se locomover, vestir e se expressar, esses meios contribuem para a disseminação de padrões estéticos amplamente aceitos. Assim, a mídia atua como agente central na propagação e na valorização de um ideal de beleza padronizado, alimentando a chamada “indústria da beleza” (Trinca & Bezerra, 2025, p. 206).

A consolidação do padrão corporal magro nas plataformas virtuais vem ganhando cada vez mais visibilidade. A intensa pressão pela busca do corpo ideal, intensificada pelas redes sociais, tem levado muitos adolescentes a desenvolver

sentimentos de culpa por não se enquadrarem nesse modelo. Como consequência, cresce o número de meninas que recorrem a dietas rigorosas para perda de peso, ao excesso de atividades físicas e ao uso indiscriminado de laxantes, diuréticos e anoréxicos (Cambiriba *et al.*, 2021, p. 178).

A exposição frequente a imagens idealizadas, especialmente nas redes sociais, intensifica o fenômeno da comparação social. Esse processo gera uma pressão constante para que os indivíduos se adequem a um padrão estético amplamente reconhecido como irreal, mas que, ainda assim, é perseguido como um objetivo tanto pessoal quanto social (Santos, 2024, p. 19).

Nesse contexto, a valorização excessiva da estética corporal revela uma crescente insatisfação com a própria imagem, o que pode desencadear transtornos alimentares e mentais. Tais complicações também podem ocorrer devido à influência de fatores culturais da sociedade (Silva *et al.*, 2023, p. 221).

A busca por um padrão estético idealizado tem levado muitos indivíduos a realizar intervenções corporais, como cirurgias plásticas, prática intensa de exercícios físicos e aplicação de toxina botulínica, com o objetivo de harmonizar traços faciais. Esse comportamento é estimulado pela constante exposição a imagens midiáticas que exaltam corpos esculpidos, magros e com curvas acentuadas, apresentados como referência de atratividade (Anjos & Ferreira, 2021, p. 601).

Esse tipo de influência pode contribuir para o desenvolvimento do transtorno dismórfico corporal, no qual a pessoa passa a rejeitar ou a perceber de forma distorcida a própria aparência. A tentativa de atender a um ideal estético, muitas vezes, ignora as particularidades biológicas de cada indivíduo, como o biótipo e a carga genética, o que favorece o surgimento de inseguranças, baixa autoestima e instabilidade emocional (Anjos & Ferreira, 2021, p. 601). Evidencia-se, assim, a crescente pressão social para que se atinja um ideal corporal, cuja não concretização pode gerar sofrimento psíquico e insatisfação pessoal.

O processo de envelhecimento passou a ser relacionado à perda de status social e ao isolamento das interações comunitárias. Paralelamente, a presença de gordura corporal e formas arredondadas passou a simbolizar não apenas a velhice, mas também aspectos considerados vulgares e esteticamente indesejáveis. Em contrapartida, juventude, elegância e magreza tornaram-se atributos valorizados e associados à ideia de saúde e bem-estar (Paz & Oliveira-Cruz, 2025, p. 6).

Pessoas com autoestima elevada geralmente se percebem como competentes e confiantes em sua capacidade de alcançar objetivos, seja no campo profissional, esportivo, educacional ou nas interações sociais. Em contraste, indivíduos com baixa autoestima tendem a subestimar suas habilidades, sentindo-se inferiores e menos preparados para enfrentar os desafios da vida cotidiana (Silva, Jéssica 2023, p. 18).

No contexto da estética feminina, a aparência considerada “feia” adquire um peso significativo, sobretudo porque a beleza é entendida como resultado de esforço contínuo e disciplina. Espera-se que a mulher mantenha sua aparência impecável nos mínimos detalhes, de modo que qualquer sinal de descuido, como um esmalte lascado, uma maquiagem inadequada, a falta de depilação, o uso de roupas fora de moda ou até mesmo uma raiz de cabelo aparente, torna-se motivo para críticas severas à sua imagem (Vilhena *et al.*, 2005, p. 125).

Sendo assim, é evidente que a imposição de padrões estéticos irreais tem gerado profundas consequências emocionais e psicológicas na vida de muitas mulheres. A constante exposição a imagens idealizadas, somada às cobranças sociais sobre a aparência, contribui para sentimentos de inadequação, baixa autoestima e transtornos mentais. Tais desafios afetam não apenas a saúde individual, mas também o posicionamento social feminino, interferindo em suas relações interpessoais e profissionais, bem como na construção da identidade. Reconhecer esses impactos é fundamental para promover uma sociedade mais crítica, que valorize a diversidade corporal e combata as exigências estéticas nocivas.

### **2.3 Os limites éticos na construção de padrão de beleza**

Esta seção tem como objetivo discutir os limites éticos na construção e manutenção dos padrões de beleza, ressaltando que tais ideais são construções históricas e sociais que refletem formas de dominação, especialmente sobre as mulheres. Serão abordados os impactos negativos desses padrões na saúde mental e emocional, além dos riscos da busca por um ideal estético muitas vezes irreal e restritivo. A análise também destaca a responsabilidade ética dos profissionais da saúde e da estética, enfatizando a importância de respeitar a autonomia dos pacientes, garantir transparência e promover práticas que valorizem os direitos humanos e a dignidade. Por fim, reflete-se sobre o papel da ética na garantia de intervenções seguras, justas e humanizadas na indústria da beleza.

É importante mencionar que os ideais de beleza não são universais. Trata-se de construções históricas que funcionam como formas de dominação social, especialmente sobre as mulheres, no que se refere à padronização da beleza. A beleza não é um padrão natural, mas uma forma de controle social que reflete e perpetua desigualdades de gênero e a objetificação da mulher. O fato evidenciado é que esses padrões restringem a liberdade e a autoconfiança femininas (Xavier *et al.*, 2025, p. 5096).

É notório que a pressão social voltada à busca por um ideal de perfeição tem gerado impactos significativos na saúde mental da população, contribuindo de maneira expressiva para o desenvolvimento de transtornos alimentares, como a anorexia nervosa e a bulimia. A exposição contínua a padrões estéticos irreais, frequentemente promovidos pela mídia e por plataformas digitais, influencia negativamente a percepção que os indivíduos têm de si mesmos, resultando em sérias implicações para o bem-estar físico e psicológico (Brito *et al.*, 2024, p. 63).

Outro fator crítico a ser considerado é a sustentação de ideais de beleza restritivos e utópicos. A valorização excessiva da juventude, da simetria facial e da magreza é amplamente reforçada por imagens manipuladas e filtradas, que exercem pressão sobre os indivíduos e incentivam a adoção de procedimentos estéticos como forma de adequação a tais padrões. Essa realidade contribui para a distorção das noções de normalidade e autenticidade corporal. Ademais, a obsessão social por práticas “antienvelhecimento” acentua o estigma associado ao envelhecimento, reforçando preconceitos etários e gerando consequências psicológicas significativas, como ansiedade, depressão e baixa autoestima (Abujamra, 2025, p. 75).

Sob a perspectiva psicológica, reconhece-se que os procedimentos estéticos faciais podem favorecer melhorias na autoestima e na aceitação da própria imagem. No entanto, esses efeitos positivos nem sempre são garantidos, especialmente quando o indivíduo apresenta expectativas irreais quanto aos resultados. Em casos que envolvem pacientes com baixa autoestima ou fragilidades emocionais, há um risco considerável de insatisfação persistente, mesmo diante de procedimentos tecnicamente bem-sucedidos. Nessas circunstâncias, pode-se observar o surgimento de um comportamento compulsivo, caracterizado pela busca contínua por novas intervenções estéticas, o que intensifica a dependência emocional em relação a esses procedimentos (Abujamra, 2025, p. 73).

Diante da crescente atuação de profissionais da saúde na área da estética, torna-se premente que esses profissionais compreendam a importância de promover e garantir a autonomia do paciente. Para tanto, é essencial a oferta de informações claras e relevantes sobre o procedimento proposto, possibilitando ao paciente compreender adequadamente tanto a intervenção sugerida quanto suas próprias queixas. Assim, é fundamental que o procedimento indicado esteja alinhado às demandas e expectativas expressas pelo paciente (Akaoui & Tasso, 2023, p. 240).

Os princípios da beneficência e da não maleficência norteiam a prática ética na área da saúde, exigindo que o profissional atue visando ao bem-estar do paciente e à prevenção de danos. Isso implica o dever de fornecer informações claras e completas sobre os riscos e benefícios dos procedimentos, garantindo a autonomia na tomada de decisão. Ressalta-se, ainda, que o profissional tem o direito ético de recusar a realização de intervenções que contrariem seus valores técnicos ou morais, desde que essa recusa não comprometa o cuidado nem a dignidade do paciente (Sobrinho e Ferraz, 2022 p.313).

Dessa maneira, considerando a complexidade e a especificidade de cada procedimento, exige-se do profissional da saúde não apenas habilidades técnicas e destreza motora, mas também o compromisso ético com a justiça. Isso implica assegurar que os procedimentos sejam realizados por profissionais devidamente capacitados, conforme estabelece a Lei nº 12.842/2013, garantindo equidade no acesso a intervenções seguras e respeitando os direitos dos pacientes à assistência qualificada, independentemente da finalidade estética, terapêutica ou diagnóstica (Hanke, s.d., p. 6).

A responsabilidade legal em procedimentos estéticos não se limita à execução técnica do serviço, mas também abrange o dever de assegurar que os resultados estejam de acordo com o que foi informado e prometido ao paciente. Isso reforça a importância e a relevância da veracidade nas comunicações, da transparência nas orientações e da formalização contratual clara, como meios de prevenir conflitos jurídicos e assegurar a confiança e a satisfação do paciente (Souza, 2024, p. 5).

A ética humana pressupõe o reconhecimento de que cada indivíduo é um ser único, considerando as particularidades de seus traços físicos, corporais e identitários como elementos fundamentais da constituição do ser humano. Ainda que os procedimentos de harmonização estética possam representar recursos importantes para a valorização da autoimagem e o fortalecimento da autoestima, sua aplicação

deve ser criteriosa, pautada no respeito aos princípios éticos, legais e humanos, a fim de evitar práticas que comprometam a integridade individual (Santos, 2024, p.11).

Diante disso, fica claro que a construção dos padrões de beleza envolve questões éticas complexas, que vão além da estética, abrangendo aspectos sociais, culturais e individuais. A imposição de ideais irreais e excludentes vulnerabiliza emocionalmente e objetifica corpos, especialmente os das mulheres. Por isso, é fundamental que os profissionais da saúde e da estética atuem com responsabilidade, respeitando a autonomia dos pacientes, a transparência e os princípios éticos. A ética deve guiar não só a prática técnica, mas também a reflexão crítica sobre os impactos socioculturais, promovendo intervenções que valorizem a diversidade e o bem-estar dos indivíduos.

### **3. MATERIAL E MÉTODOS**

Trata-se de estudo qualitativo, de natureza exploratório-descritiva, conduzido por meio de pesquisa bibliográfica e documental, voltado a analisar a influência da mídia no consumo de procedimentos estéticos, os desafios psicológicos enfrentados por mulheres e os limites éticos na construção de padrões de beleza.

A pesquisa bibliográfica contemplou artigos científicos, teses, dissertações, capítulos técnicos e publicações setoriais, com prioridade para materiais publicados entre 2020 e 2025, com acesso a texto completo e aderência direta aos objetivos do estudo. Foram excluídos documentos e textos desconectados do escopo temático e materiais opinativos sem base empírica quando não essenciais ao marco teórico.

A pesquisa documental abrangeu fontes de domínio público, matérias especializadas e pertinentes à mídia e marketing da beleza, padrões estéticos, impactos psicossociais e ética/legalidade em procedimentos estéticos. Procedeu-se à identificação, seleção e organização do material conforme três eixos analíticos: influência midiática, desafios psicológicos e limites éticos.

O procedimento analítico consistiu em leitura dos documentos elegíveis, extração padronizada de informações acerca do objetivo, método, população/escopo, achados centrais e limitações. Em seguida, realizou-se síntese narrativa temática, destacando convergências e divergências da literatura, lacunas de conhecimento e implicações para a prática em Estética e Cosmética. As evidências foram integradas

aos objetivos específicos, preservando rigor, transparência e rastreabilidade por meio de planilhas de controle e categorização por eixo temático.

Por tratar-se exclusivamente de pesquisa bibliográfica e documental com fontes públicas e/ou publicadas, não houve coleta com participantes humanos nem necessidade de submissão ao Comitê de Ética em Pesquisa, todas as obras foram devidamente citadas conforme orientações institucionais.

#### **4. RESULTADOS E DISCUSSÃO**

A síntese bibliográfica-documental evidenciou que as redes sociais intensificam a visibilidade e a normatização de padrões de beleza ao promoverem corpos, rostos e procedimentos como referências recorrentes, com forte apelo imagético e dinâmica algorítmica de reforço de conteúdo aspiracional. Essa dinâmica atua como vetor de comparação social e influência no consumo de procedimentos estéticos, especialmente quando associada a estratégias de marketing, uso de filtros e autoridade simbólica de influenciadores.

Observou-se convergência de estudos quanto aos impactos psicossociais: aumento de insatisfação corporal, pressão por conformidade a um padrão idealizado e tensionamentos entre autoestima e busca por melhorias estéticas, com especial sensibilidade em públicos jovens e mulheres expostas a conteúdos de alto padrão visual. Ao mesmo tempo, a literatura indica efeitos ambivalentes, na medida em que parte das narrativas de autocuidado pode promover senso de bem-estar e pertencimento, desde que mediada por informação de qualidade e expectativas realistas.

No plano ético, os documentos e análises consultados apontam a centralidade do consentimento informado robusto, da comunicação transparente sobre riscos e benefícios e da não indução por promessas de resultados irreais, sobretudo em ambientes digitais. Também se destaca a necessidade de diferenciar aconselhamento técnico responsável de publicidade velada, bem como de respeitar princípios de autonomia, beneficência, não maleficência e justiça, evitando práticas que reforçam estigmas ou vulnerabilizam sujeitos por padrões inatingíveis.

A integração dos achados sugere que a influência midiática sobre o consumo estético é mediada por três condições principais: intensidade e tipo de exposição, vulnerabilidades individuais e contextuais e enquadramentos institucionais e

profissionais. Quando esses vetores se alinham de forma crítica, tende a haver maior risco de decisões pouco informadas; quando mediadas por regulação, educação midiática e condutas profissionais éticas, a exposição pode ser ressignificada para escolhas mais conscientes.

Foram identificadas lacunas consistentes: escassez de avaliações comparativas entre plataformas e formatos de conteúdo; pouca mensuração de efeitos de longo prazo na saúde mental vinculados ao consumo de procedimentos; e necessidade de guias profissionais específicos para comunicação em redes sociais no setor de estética, com ênfase em transparência, linguagem não estigmatizante e balizamento de expectativas. Tais lacunas indicam oportunidades para pesquisas futuras e para desenvolvimento de protocolos institucionais e educativos.

Em termos práticos, os resultados sustentam recomendações para profissionais e instituições: adotar materiais informativos padronizados sobre riscos, benefícios e limites dos procedimentos; revisar práticas de divulgação para evitar comparações enganosas e promessas implícitas; e incorporar educação midiática e de imagem corporal em ações de orientação ao público. Essas medidas podem reduzir assimetrias de informação, fortalecer a autonomia do paciente/cliente e alinhar a prática estética a referenciais éticos e de cuidado integral.

## **5. CONCLUSÃO**

A análise exclusivamente bibliográfica e documental indica que as mídias sociais e os ambientes de comunicação do setor de beleza amplificam a visibilidade de padrões estéticos idealizados, operando por meio de estabelecimento de padrão visual, filtros e estratégias de marketing que favorecem a comparação social e aumentam a propensão ao consumo de procedimentos estéticos. Esse efeito é particularmente sensível entre mulheres e públicos jovens, nos quais a exposição contínua se articula a vulnerabilidades individuais e contextuais, produzindo tensões entre autoestima, identidade corporal e decisão de consumo.

Do ponto de vista psicossocial, os achados convergem para a existência de impactos relevantes, como insatisfação corporal e pressão por conformidade, embora haja nuances: narrativas de autocuidado e pertencimento podem mitigar danos quando mediadas por informação de qualidade e expectativas realistas. No plano ético, consolidam-se exigências de consentimento informado robusto, transparência



sobre riscos e benefícios, não indução por promessas irreais e distinção clara entre aconselhamento técnico e publicidade, à luz dos princípios de autonomia, beneficência, não maleficência e justiça.

Praticamente, recomenda-se que profissionais e instituições padronizem materiais informativos sobre limites e riscos. Que se revisem práticas de divulgação para evitar comparações enganosas e promessas implícitas. E incorporem educação midiática e de imagem corporal em orientações ao público, reduzindo assimetrias de informação e fortalecendo a autonomia do cliente/paciente. Persistem lacunas para pesquisas futuras, incluindo comparações entre plataformas e formatos de conteúdo, avaliação longitudinal de efeitos sobre saúde mental e desenvolvimento de guias profissionais específicos para comunicação em redes sociais no campo da estética. Tais direções podem sustentar um ecossistema mais ético, transparente e centrado no bem-estar, alinhado à diversidade corporal e à responsabilidade social da prática estética.

## 6. REFERÊNCIAS

AKAOUI, Fernando Vidal Reverendo; TASSO, Bruno Fernando Barbosa Teixeira. Autonomia dos pacientes na escolha dos procedimentos estéticos. **UNISANTA Law and Social Science**, v. 12, n. 2, 2023. Disponível em: <https://periodicos.unisanta.br/LSS/article/view/925/924>. Acesso em 02/10/2025.

ANJOS, Larissa Alves dos; FERREIRA, Zâmia Aline Barros. Saúde estética: impactos emocionais causados pelo padrão de beleza imposto pela sociedade. **Revista Multidisciplinar e de Psicologia**, v. 15, n. 55, p. 595-604, maio 2021. DOI: 10.14295/online.v15i55.3093. Disponível em: <https://online.emnuvens.com.br/id/article/download/3093/4812/12285>. Acesso em 21/10/2025.

ABUJAMRA, Nicole Zanetti Miguel; MATTAR, Phlippe de Souza; ELIAS, Gabriela dos Santos; CURY, Paula Itabaiana Nicolau; NOVAK, Ana Carolina Thomaz Soares; GIRARDI, Amanda; FRANÇOSO, Fernanda; FOGUES, Bárbara Cavalcante; PARO, Anna Clara de Moraes; MARTINS, Martha Freire; CHAVES, Tais Ruffino; FREITAS, Joyce Sthfanny de Fatima Santos. Implicações psicológicas e aspectos éticos dos procedimentos estéticos. In: FREITAS, Guilherme Barroso Langoni de; VASCÃO, Etelma (Org.). **Dermatologia e procedimentos estéticos**. Edição XIII. Irati: Editora Pasteur, 2025. p. 71-79. DOI: 10.59290/978-65-6029-196-6.9. Disponível em: [https://sistema.editorapasteur.com.br/uploads/pdf/publications\\_chapter/IMPLICA%C3%87%C3%95ES%20PSICOL%C3%93GICAS%20E%20ASPECTOS%20%C3%89TICOS%20DOS%20PROCEDIMENTOS%20EST%C3%89TICOS-1d6f11ad-6769-4330-a6d4-9a495e0979bc.pdf](https://sistema.editorapasteur.com.br/uploads/pdf/publications_chapter/IMPLICA%C3%87%C3%95ES%20PSICOL%C3%93GICAS%20E%20ASPECTOS%20%C3%89TICOS%20DOS%20PROCEDIMENTOS%20EST%C3%89TICOS-1d6f11ad-6769-4330-a6d4-9a495e0979bc.pdf). Acesso em 21/10/2025.

BRITO, Ligia de Souza; COUTO, Giullia Bianca Ferraciolli; LOPES, Layne Katrycia Souza; SANTANA, Juliane Marcelino dos Santos. A procura pela perfeição: padrões

de beleza inalcançáveis em uma sociedade adoecida. **Revista Novos Desafios**, v. 4, n. 2, p. 60-68, 2024. DOI: 10.5281/zenodo.14201389. Disponível em: <https://novosdesafios.inf.br/index.php/revista/article/view/97/80>. Acesso em 21/10/2025.

CAMBIRIBA, Isabela Colombo; AVÍNCOLA, Alexandre da Silva; LARA, Camila Clozato. Prisioneiras das medidas: oficina temática para acolhimento de meninas contra a opressão dos padrões estéticos. **Revista Extensão & Cidadania**, v. 9, n. 15, p. 175-186, jan./jun. 2021. DOI: 10.22481/recuesb.v9i15.8683. Disponível em: <https://periodicos2.uesb.br/recuesb/article/download/8683/5869/20418>. Acesso em 20/10/2025.

HANKE, Keyla Evelin Ayres. **A responsabilização dos profissionais e de terceiros por dano estético em procedimentos invasivos não cirúrgicos**. [s. d.]. Trabalho de conclusão de curso de bacharelado em Direito. Centro Universitário Santa Amélia. Disponível em: <https://unisecal.edu.br/wp-content/uploads/2025/08/KEYLA-EVELIN-AYRES-HANKE.pdf>. Acesso em 02/10/2025.

LEMOS, Simone. Cresce o número de jovens em busca de procedimentos estéticos. **Jornal da USP**, São Paulo, publicado em 05/10/2020, atualizado em 18/07/2024. Disponível em: <https://jornal.usp.br/atualidades/cresce-o-numero-de-jovens-em-busca-de-procedimentos-esteticos/>. Acesso em 20/10/2025.

MIRANDA, Luiza Carolina Mendes; RIBEIRO, Maiara Rodrigues; BRITO, Flavia Rocha; ARAÚJO, Jarbas dos Santos; REIS, Luana Araújo dos. Novo olhar acerca da influência dos procedimentos estéticos na saúde mental da mulher: uma revisão da literatura. **Research, Society and Development**, v. 11, n. 7, e46811730344, 2022. DOI: 10.33448/rsd-v11i7.30344. Disponível em: <https://rsdjournal.org/rsd/article/download/30344/26062/345957>. Acesso em 20/10/2025.

NASCIMENTO, Karina Silva; CEZAR, Layon Carlos; SANTOS, Luana Ferreira dos. Como os padrões de beleza impostos pela mídia afetam o comportamento de consumo feminino? Análise com universitárias usuárias do Instagram. *In*: **ENCONTRO DA ANPAD**, 46., 2022. Disponível em: <https://anpad.com.br/uploads/articles/120/approved/e904831f48e729f9ad8355a894334700.pdf>. Acesso em 20/10/2025.

OLIVEIRA, Mayra de. **Mídia social: instagram uma ferramenta de “ilusão” na busca do corpo perfeito**. Trabalho de Conclusão de Curso de Licenciatura em Ciências Humanas – Geografia. Universidade Federal do Maranhão, Centro de Ciências de Grajaú, Grajaú – MA, 2024. Disponível em: [https://rosario.ufma.br/jspui/bitstream/123456789/8550/1/Mayra\\_de\\_Oliveira.pdf](https://rosario.ufma.br/jspui/bitstream/123456789/8550/1/Mayra_de_Oliveira.pdf). Acesso em 20/10/2025.

PAZ, Júlia Rocha; OLIVEIRA-CRUZ, Milena Carvalho Bezerra Freire de. Gênero, beleza e juventude: os usos do Instagram pela perspectiva de mulheres de diferentes faixas etárias. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, v. 32, p. 1-15, jan.–dez. 2025. DOI: 10.15448/1980-3729.2025.1.47025. Disponível em:

<https://revistaseletronicas.pucrs.br/revistafamecos/article/download/47025/29100/226760>. Acesso em 20/10/2025.

PODER360. Uso de redes sociais aumenta o desejo de intervenções estéticas.

**Poder Saúde**, 8 de junho de 2024. Disponível em:

<https://www.poder360.com.br/poder-saude/uso-de-redes-sociais-aumenta-o-desejo-de-intervencoes-esteticas/>. Acesso em 20/10/2025.

SANTOS, Gyovana Emily Silva dos; **Entre a perfeição e o excesso**: estudo narrativo da literatura sobre procedimentos estéticos. Trabalho de Conclusão de Curso Bacharelado em Enfermagem. Escola de Ciências Sociais e da Saúde, Pontifícia Universidade Católica de Goiás, Goiânia, 2024. Disponível em: <https://repositorio.pucgoias.edu.br/jspui/bitstream/123456789/8568/1/GYOVANA%20PDF.pdf>. Acesso em 21/10/2025.

SANTOS, Anne Karoline Silva; REIS, Gabriella Benevides; LADEIA JÚNIOR, Luciano Ferreira; REIS, Melissa Vieira Dantas; COSTA, Milene Pereira. Padrões estéticos como elementos norteadores das decisões clínicas em odontologia: a influência das mídias sociais na saúde das pessoas. **RECIMA21 – Revista Científica Multidisciplinar**, v. 5, n. 6, e565333, 2024. DOI: 10.47820/recima21.v5i6.5333. ISSN 2675-6218. Publicado em: jun. 2024. Disponível em: <https://recima21.com.br/recima21/article/download/5333/3655/32105>. Acesso em 20/10/2025.

SILVA, Andressa Yara Meneses da; DIAS, Cássia Nathalia Alves; LEITÃO, Yasmin Rosas. Ressignificando a relação com o corpo feminino: padrões de beleza, mídia e saúde mental. **Revista Cathedral**, Boa Vista, v. 5, n. 3, p. 217-226, 2023. ISSN 1808-2289. Disponível em: <http://cathedral.ojs.galoa.com.br/index.php/cathedral/article/download/686/205/>. Acesso em 20/10/2025.

SILVA, Jéssica Souza da. **Influência das redes sociais na percepção da imagem corporal e autoestima das mulheres**: uma avaliação sob a perspectiva evolucionista e os padrões de beleza. Trabalho de Conclusão de Curso de Graduação em Ciências Biológicas. Centro de Biociências, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2023. Disponível em: <https://repositorio.ufrn.br/server/api/core/bitstreams/ebc895a7-25a2-418c-9408-78856e9566ac/content>. Acesso em 01/09/2025.

SILVA, Juliana Motta. **A vida através do filtro**: a busca pela estética “perfeita” incentivada pelo instagram. Rio de Janeiro: Trabalho de Conclusão de Curso de Graduação em Jornalismo. Universidade Federal do Rio de Janeiro, Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Escola de Comunicação e Jornalismo, 2023. Disponível em: <https://pantheon.ufrj.br/bitstream/11422/21069/1/JSilva.pdf>. Acesso em 21/10/2025.

SIRQUEIRA, Geórgia dos Santos; GOMES, Almiralva Ferraz; CHAVES, Adler Moreira. A interferência do marketing na construção de padrões de beleza. **Revista organizações em contexto**, v.17, n.34, p.329-425,2024. Disponível em:

<https://revistas.metodista.br/index.php/organizacoesemcontexto/article/view/100/104>. Acesso em: 23 set.2025.

SOBRINHO, Jucimara da Costa Jardim; FERRAZ, Sueli Marques. Uma reflexão bioética sobre os procedimentos estéticos invasivos. **JNT – Facit Business and Technology Journal**, Araguaína, v. 2, n. 39, p. 305-316, ago.–out. 2022. ISSN 2526-4281. Disponível em: <https://revistas.faculdefacit.edu.br/index.php/JNT/article/download/1848/1253>. Acesso em 21/10/2025.

SOUZA, Pamella Tatiane Costa. **Erros em procedimentos estéticos: o profissional que promete um resultado e entrega um semelhante poderá ser responsabilizado?**. Trabalho de conclusão de curso. Universidade do Estado do Rio Grande do Norte, 2024. Disponível em: <https://repositorio.unirn.edu.br/jspui/bitstream/123456789/992/1/PAMELLA%20TATIANE%20COSTA%20SOUZA-%20TCC.pdf>. Acesso em 02/10/2025.

TEIXEIRA, Felipe dos Santos. O corpo em edição: a cultura do consumo e as intervenções estéticas. **Polêm!ca**, Rio de Janeiro, v. 22, n. 2, p. 87-101, maio/ago. 2022. DOI: 10.12957/polemica.2022.84835. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/polemica/article/download/84835/50330/311745>. Disponível em 20/10/2025.

TRINCA, Isabella Barretto; BEZERRA, Camila Museti. A pressão social pela beleza da mulher: uma afronta aos direitos humanos e fundamentais. **Revista de Iniciação Científica e Extensão da Faculdade de Direito de Franca**, v. 9, n. 1, dez. 2024. ISSN 2675-0104. Disponível em: <https://www.revista.direitofranca.br/index.php/icfdf/article/view/1619/1088>. Acesso em 20/10/2025.

VILHENA, Junia de; MEDEIROS, Sergio; NOVAES, Joana de Vilhena. A violência da imagem: estética, feminino e contemporaneidade. **Revista Mal-Estar e Subjetividade**, Fortaleza, v. 5, n. 1, p. 109-144, mar. 2005. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/271/27150106.pdf>. Acesso em 21/10/2025.

XAVIER, Joao Felipe Barbosa; SOUSA, Bastiana Jaiene de; OLIVEIRA, Dyenzio dos Santos; ANDRADE, Anna Dhara Ferreira de; SOUZA, Francisco Marcos Carlos; SARAIVA, Piedley Macedo. Como a mídia molda padrões de beleza e autoestima. **Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação – REASE**, São Paulo, v. 11, n. 6, jun. 2025. DOI: 10.51891/rease.v11i6.20090. Disponível em: <https://periodicorease.pro.br/rease/article/download/20090/12069/54089>. Acesso em 21/10/2025.