

BEM-ESTAR PSICOLÓGICO E A INFLUÊNCIA DAS MÍDIAS SOCIAIS EM HOMENS E MULHERES QUE REALIZARAM PROCEDIMENTOS ESTÉTICOS

Ana Carolina Nahhas Scandelari¹, Gabriela Corrêa Gonçalves², Marcelo Picinin Bernuci³,
Andréa Grano Marques⁴

^{1,2}Acadêmicas do Curso de Medicina, Campus Maringá/PR, Universidade Cesumar - UNICESUMAR. ¹Bolsista PIBIC^{MED}/ICETI - UniCesumar. ra-1910418-2@alunos.unicesumar.edu.br, ra-1912270-2@alunos.unicesumar.edu.br

³Orientador, Doutor, Programa de Pós-Graduação em Promoção da Saúde, UNICESUMAR. Pesquisador do Instituto Cesumar de Ciência - ICETI. marcelo.bernuci@unicesumar.edu.br

⁴Coordenadora, Psicóloga, Doutora em Pediatria pela Universidade Federal de São Paulo / Escola Paulista de Medicina. andreagrano298@hotmail.com

RESUMO

O uso das mídias sociais cresceu exponencialmente nos últimos anos, assim como seu poder de influência. As redes sociais são como vitrines de bem-estar social, onde as pessoas baseiam seu estilo de vida e seus interesses no que faz sucesso dentre as postagens e compartilhamentos, principalmente dos chamados *influencers*. O número de cirurgias e procedimentos estéticos vem aumentando, juntamente com novas técnicas e intervenções cada vez mais cobiçadas, como a harmonização facial e a lipoaspiração. A exposição ostensiva nas plataformas de corpos e rostos dentro dos padrões de beleza reforça a pressão da sociedade com relação à estética perfeita, estimulando a insatisfação com o próprio corpo. Neste contexto, o objetivo deste trabalho consiste em avaliar o bem-estar psicológico e a influência das mídias sociais em homens e mulheres que realizaram procedimentos estéticos. A amostra será composta por indivíduos na faixa etária entre 18 e 30 anos de idade. Trata-se de pesquisa quantitativa, cuja coleta de dados será realizada por meio de um formulário eletrônico do Google Forms, onde estará contida: (a) participação em redes sociais, (b) realização de procedimentos estéticos, e (c) bem-estar psicológico. Na sequência, os dados serão estratificados e analisados para possibilitar a verificação da existência ou não de relações entre as variáveis abordadas.

PALAVRAS-CHAVE: Assistência à saúde mental; Procedimentos cirúrgicos; Redes sociais.

1 INTRODUÇÃO

A busca por procedimentos estéticos vem acompanhada de expectativas com relação à melhoria da qualidade de vida e da autoestima, as quais nem sempre se concretizam (SOEST et al., 2008). Pacientes buscam, por meio da cirurgia plástica estética, diminuir variações em relação ao que “se concebe como padrão de beleza para uma cultura, em um determinado momento, e também corrigir as alterações evolutivas do tempo” (AURICHIO, 2004, p. 2). Neste sentido, Sousa (2007, p.16) afirmou que “o culto ao corpo e a fuga do envelhecimento com todos seus rituais e sacrifícios envolvem não apenas uma busca por melhores condições de saúde, mas também uma preocupação excessiva com a aparência”.

As transformações corporais tendem a seguir normas de padrões de beleza impostos pela cultura vigente, compreendendo desde dietas restritivas e uso de medicamentos para perda de peso e/ou ganho de massa muscular até a realização de cirurgias plásticas. De acordo com a Sociedade Internacional de Cirurgia Plástica Estética (2019) foram realizadas no Brasil, somente no ano de 2019, aproximadamente 1,5 milhão de cirurgias plásticas estéticas, isto sem contar os quase meio milhão de procedimentos estéticos não cirúrgicos, números que colocam o país em primeiro lugar no mundo.

Frente a um cenário no qual, por um lado aspectos relacionados à beleza estética assumem papéis cada vez mais centrais e, por outro lado a exposição das pessoas nas mídias sociais cresce vertiginosamente, destaca-se a importância de investigar o bem-estar psicológico das pessoas que buscam por procedimentos estéticos, assim como a influência das mídias em tais decisões. O bem-estar diz respeito aos recursos psicológicos que o indivíduo possui, tais como: aceitação de si, relações positivas com os outros, domínio do

meio, objetivos de vida, crescimento e independência pessoal (MONTEIRO; TAVARES; PEREIRA, 2012). Como estas dimensões estão presentes na subjetividade de indivíduos que realizam cirurgias estéticas? Estes indivíduos estão utilizando as mídias sociais para obterem informações sobre aspectos relacionados à estética corporal?

O limite entre o uso racional dos procedimentos estéticos e aquele considerado exagerado, tem sido objeto de estudo de algumas pesquisas. Sousa (2007) demonstra preocupação com a supervalorização do corpo e da imagem visual, a qual pode promover alterações na forma de experimentar o próprio corpo, levando a transtornos psiquiátricos. A autora questiona ainda se a busca crescente por modificações no corpo resulta da tentativa de solução de conflitos internos ou se é influenciada pela sociedade hedonista-narcísica, na qual se encontra inserido. Fenômeno que não pode ser considerado novo, mas que foi especialmente evidenciado com a ampliação do uso das mídias sociais.

Constantemente são apresentados nas plataformas sociais, meios que prometem uma aproximação a um ideal de beleza socialmente aceito e admirado. Desta forma, pessoas que se consideram comuns passam a acreditar na possibilidade de melhorar sua aparência física, tornando-se parecidas com modelos e celebridades, por meio da adoção de regras de vida, do consumo de produtos divulgados nestas mídias, bem como pela realização de procedimentos estéticos que carregam promessas milagrosas de beleza e de bem-estar. Assim, hábitos propostos nas mídias são adotados em busca da felicidade, da realização pessoal e do prazer em viver (COUTO, 2000).

Dentre as pessoas mais jovens, as quais compõem o público alvo da presente pesquisa, as plataformas Instagram e Facebook se destacam como mídias sociais de maior adesão e alcance. Segundo dados expostos por KEMP (2019), o Brasil aparece no segundo lugar em número de usuários ativos no Instagram, com quase 60 milhões de adeptos, perdendo apenas para os Estados Unidos. O Facebook também possui grande impacto e adesão junto aos adultos jovens, possuindo no Brasil cerca de 130 milhões de contas ativas. Em ambas as plataformas o foco das publicações, rotineiramente recai sobre a divulgação da imagem das pessoas, as quais aparecem, via de regra, como portadoras de beleza e felicidade plena.

Desta forma, a presente pesquisa pretende avaliar o bem-estar psicológico e a influência das mídias sociais em homens e mulheres que realizaram procedimentos estéticos, a partir de instrumentos estruturados acerca dos seguintes temas: (a) participação em redes sociais, (b) realização de procedimentos estéticos, e (c) bem-estar psicológico. Por meio da análise dos dados obtidos pretende-se testar as hipóteses de que: (H1) as mídias sociais ampliam o interesse e a realização de procedimentos estéticos, e (H2) a realização de procedimentos estéticos nem sempre resultam no bem-estar psicológico almejado.

2 MATERIAIS E MÉTODOS

É uma pesquisa de caráter quantitativo e exploratório, cuja amostra investigada será composta de homens e mulheres, na faixa etária entre 18 e 30 anos, membros de grupos em redes sociais relacionados à cirurgia plástica e procedimentos estéticos.

A pesquisa de campo (*Survey*) será realizada por meio da aplicação da escala de bem-estar psicológico adaptada e traduzida para o português a partir da *Psychological Well-being Scale* (RYFF, 1989), em um estudo realizado por Machado, Bandeira e Pawlowski (2013), que contribuiu para a sua validação em versão com 36 itens. Assim como outro instrumento com perguntas estruturadas e fechadas com perguntas que versarão sobre a participação em redes sociais e a realização de procedimentos estéticos.

Primeiramente será efetuada a revisão da literatura. Em seguida, o projeto de pesquisa será encaminhado para a avaliação e aprovação do Comitê de Ética em Pesquisa

com Seres Humanos da Universidade Cesumar. Após a aprovação da pesquisa, iniciará a etapa de coleta de dados.

A coleta de dados será realizada por meio de um formulário eletrônico do *Google Forms*, onde estarão contidos a escala de bem-estar psicológico e o instrumento com perguntas estruturadas e fechadas que serão disponibilizados nas redes sociais, como *Whatsapp*, *Instagram* e *Facebook*, sendo utilizada a técnica *Snowball*, ou seja, os participantes da pesquisa serão estimulados a participar como co-divulgadores da pesquisa na medida que podem encaminhar o formulário para outros membros de grupos em redes sociais relacionados à cirurgia plástica e procedimentos estéticos. O formulário eletrônico ficará disponível nos meses de novembro e dezembro de 2021 e janeiro de 2022. Os participantes receberão o referido formulário eletrônico do *Google Forms* após concordarem e assinarem de forma virtual o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, garantindo a confidencialidade e o anonimato dos dados recolhidos. Após o período de coleta dos dados será realizada a análise estatística dos dados obtidos com o auxílio do software Excel. Após a obtenção dos resultados se iniciará a etapa de interpretação relacionando-os com as pesquisas mais recentes sobre o tema a ser estudado.

3 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Com base no teste das hipóteses aqui propostas, fundamentando-se nas respostas coletadas junto a aos participantes, espera-se obter subsídios que confirmem a ideia de que a supervalorização da beleza artificialmente construída e divulgada nas mídias sociais desempenham papel preponderante na decisão de homens e mulheres se submeterem a cirurgias plásticas e procedimentos invasivos na busca de um padrão de beleza. Os resultados fornecerão reflexões sobre a idealização excessiva da imagem corporal presente nas redes sociais, impulsionando a realização dessas intervenções. Além disso, espera-se que os resultados mostrem que procedimentos não necessariamente melhoraram o bem-estar e a qualidade de vida dos pacientes, embora sejam realizados com esta expectativa além do desejo de se enquadrar em padrões estéticos impostos pela sociedade hedonista-narcísica.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os resultados a serem obtidos permitirão refletir acerca da influência das mídias sociais sobre o bem-estar psicológico de seus usuários, bem como a decisão de realizar procedimentos e/ou cirurgias estéticas. Além disso, permitirá avaliar o grau de dependência dos usuários em relação às redes sociais, e estabelecer relações entre a dependência, com o grau de influência que as redes sociais têm sobre os participantes do questionário.

REFERÊNCIAS

AURICHIO, A.M. **Procedimentos estéticos**: percepção do cliente quanto ao esclarecimento para a tomada de decisão. Dissertação de Mestrado para a Universidade de São Paulo, Escola de Enfermagem. SP, 2004. Disponível em: https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0080-62342007000100002&script=sci_abstract&lng=pt. Acesso em: 06/05/2021.

COUTO, E.S. **O Homem Satélite**. Ijuí: Ed. Unijuí, 2000. Disponível em: <https://core.ac.uk/download/pdf/296824147.pdf>. Acesso em: 30/04/2021.

ISAPS International Survey On Aesthetic/Cosmetic, 2019. Disponível em: <https://www.isaps.org.org/wp-content/uploads/2020/12/Global-Survey-2019.pdf>. Acesso em: 12/04/2021.

KEMP, S. DIGITAL IN 2018: WORLD'S INTERNET USERS PASS THE 4 BILLION MARK. 2019. Disponível em: <https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018>. Acesso em 25/04/2021.

MONTEIRO, S.; TAVARES, J.; PEREIRA, A. Adaptação portuguesa da escala de medida de manifestação de bem-estar psicológico com estudantes universitários – EMMBEP. **Psicologia, Saúde & Doenças**. v. 13, n. 1, p. 66-77, 2012. Disponível em: https://www.sp-ps.pt/downloads/download_jornal/231. Acesso em: 21/04/2021.

SOUSA, M.S.F. A busca pela cirurgia plástica estética: um sintoma da sociedade contemporânea? 2007. 200 f. Tese (Doutorado em Psicologia) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2007. Disponível em <https://tede2.pucsp.br/handle/handle/15616>. Acesso em 12/04/2021. Acesso em: 30/04/2021.

VON SOEST, T.; KVALEM, I.L.; ROALD, H.E.; SKOLLEBORG, K.C. The effects of cosmetic surgery on body image, self-esteem, and psychological problems. **Journal of Plastic Reconstructive Aesthetic Surgery**; v. 62, n. 10, p. 1238-1244, 2009. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.bjps.2007.12.093>. Acesso em: 25/04/2021.