



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

Ana Carolina Nahhas Scandelari¹, Gabriela Corrêa Golçalves², Andréa Grano Marques³,
Marcelo Picinin Bernuci⁴

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

² Acadêmica do Curso de Medicina, Universidade Cesumar – UNICESUMAR. ra-1912270-2@alunos.unicesumar.edu.br

³ Orientadora, Psicóloga, Doutora em Pediatria pela Universidade Federal de São Paulo / Escola Paulista de Medicina. andreagrano298@hotmail.com

⁴ Coorientador, Doutor, Docente do Programa de Pós-Graduação em Promoção da Saúde, UNICESUMAR. Pesquisador do Instituto Cesumar de Ciência - ICETI. marcelo.bernuci@unicesumar.edu.br

RESUMO

O objetivo do presente trabalho foi avaliar o bem-estar psicológico e a influência das mídias sociais em homens e mulheres que realizaram procedimentos estéticos. A amostra foi composta por 79 indivíduos (9 homens e 70 mulheres), com idades entre 18 e 67 anos, convidados, via WhatsApp e Instagram, a responder o formulário eletrônico do *Google Forms*. Este é composto por questões acerca de: (a) participação em redes sociais, (b) realização de procedimentos estéticos, e (c) bem-estar psicológico. Esta última seção apresenta itens baseados na Escala de Bem-Estar Psicológico, retirada da adaptação da escala na dissertação de Machado (2010). Foram testadas duas hipóteses: (H1) as mídias sociais ampliam o interesse e a realização de procedimentos estéticos; (H2) a realização de procedimentos estéticos nem sempre resulta no bem-estar psicológico almejado. Ao final da interpretação dos resultados, a conclusão foi que as mídias sociais não desempenharam papel preponderante no interesse dessa população em se submeter a procedimentos estéticos, uma vez que apenas cerca de um terço ($\frac{1}{3}$) relatou ter sido influenciada pelas plataformas nessa decisão, refutando a H1. Quanto ao bem-estar psicológico, quase 90% dos entrevistados alegam ter ficado satisfeitos com os resultados finais dos procedimentos, não sendo possível confirmar a H2.

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). O Brasil é o país que mais realiza procedimentos estéticos, sendo as mulheres o principal público alvo dessas intervenções (ISAPS, 2019).

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?



Sousa (2007) questiona 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 o sujeito 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. Assim, hábitos propostos nas mídias são adotados em busca da felicidade, da realização pessoal e do prazer em viver (COUTO, 2000).

Desta forma, a presente pesquisa avaliou 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, foram testadas 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 resulta no bem-estar psicológico almejado.

2 MATERIAIS E MÉTODOS

O presente estudo consiste em uma pesquisa de caráter quantitativo e exploratório, cuja amostra investigada foi composta por homens e mulheres na faixa etária entre 18 e 67 anos, residentes do Paraná, principalmente das cidades de Curitiba e Maringá, os quais já tivessem se submetido a procedimentos estéticos. O recrutamento foi feito através do envio do formulário eletrônico do *Google Forms*, via WhatsApp e Instagram, disponível de maio a agosto de 2022.

A pesquisa de campo (*Survey*) foi 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, que abordam 6 dimensões, das quais, no presente estudo, foram utilizadas 2: autonomia e autoaceitação. Complementarmente, foram agregadas ao instrumento de coleta de dados perguntas estruturadas e fechadas que versaram sobre a participação dos investigados em redes sociais, bem como a realização de procedimentos estéticos.

O estudo seguiu os aspectos éticos de pesquisa, definidos pela Resolução 466/2012 CNS, sendo realizado após aprovação pelo Comitê de Ética em Pesquisa (CEP) da Unicesumar, mediante o parecer de número 5.361.492. Junto ao questionário foi fornecido o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido. Posteriormente, os dados obtidos foram estratificados e analisados por meio de gráficos e tabelas. Todas as análises estatísticas foram realizadas no programa R (*R Development Core Team* 2020), utilizando-se a fórmula estatística ANOVA (Análise de Variância). Por fim, os resultados foram relacionados com o atual estado da arte acerca do tema.

3 RESULTADOS E DISCUSSÕES

O questionário eletrônico contou com a participação de 70 mulheres (89%) e 9 homens (11%), com idades entre 19 e 67 anos. Em sua maioria, 43,03% dos participantes tinham idade entre 18 a 24 anos. Observa-se que a maioria expressiva da amostra é composta por mulheres, provavelmente devido a maior incidência de procedimentos estéticos no sexo feminino, evidenciado pela ISASP (2019), além de esse grupo ser, presumivelmente, mais facilmente influenciado pela crítica social e querer se enquadrar nos padrões de beleza (FERREIRA; LEMOS; DA SILVA, 2016).



As respostas acerca dos temas: (a) participação em redes sociais, (b) realização de procedimentos estéticos, e (c) bem-estar psicológico; são a seguir apresentadas.

3.1 PARTICIPAÇÃO EM REDES SOCIAIS

Todos os participantes relataram usar algum tipo de rede social, sendo os mais utilizados o WhatsApp (95%) e o Instagram (91,3%). A maioria os utiliza por uma média de 3-4 horas por dia.

3.2 REALIZAÇÃO DE PROCEDIMENTOS ESTÉTICOS CIRÚRGICOS OU NÃO CIRÚRGICOS

Por meio da Tabela 1, observa-se que a maior parte da população analisada (98,8%), afirmou já ter sentido vontade de realizar procedimentos estéticos, e dentre essa, 91,3% efetivamente se submeteu a alguma intervenção estética. Dentre os motivos para sua realização se elencaram a insatisfação pessoal e o desejo por melhoria da autoestima e da qualidade de vida, justamente os principais fomentadores que Soest *et al* (2008) havia identificado em seu estudo. Os procedimentos estéticos mais realizados por esse grupo de pessoas foram cirurgias de mamas (48,9%), botox (38,8%), rinoplastia (25%), lipoaspiração (21,3%) e maquiagem definitiva (20%). Grande parcela da amostra (87,5%) ficou satisfeita com o procedimento realizado e com o resultado final de seu corpo. No entanto, 76,3% refere que realizaria outro procedimento estético, o que pode significar duas situações: a permanência da insatisfação corporal mesmo após a intervenção, encontrando-se espaço para novas alterações estéticas; ou, então, uma boa experiência obtida na primeira intervenção, encorajando o indivíduo a realizar uma próxima.

Quando indagados sobre a possível influência das redes sociais na decisão de realizar alguma intervenção estética, 68,8% dos participantes negaram qualquer influência das mídias sobre a sua opção de realizar o procedimento (Tabela 1), com um valor de $p < 0,05$ ($p = 0,00595$) no teste ANOVA. É possível questionar se o poder gerado pelas mídias sobre a decisão de realizar procedimentos atua de forma inconsciente, já que estas têm grande persuasão em outras temáticas. Portanto, há dúvidas se a amostra estudada, de fato, não sofreu influência das redes, ou se houve interferência sem que os indivíduos tenham tido ciência.

Tabela 1: Realização de procedimentos estéticos, satisfação com o resultado e influência das redes sociais na realização de intervenções.

	Sim	Não
Você já teve vontade de realizar algum procedimento estético, seja ele cirúrgico ou não cirúrgico?	98,8%	1,2%
Se sua resposta para a última pergunta foi sim, chegou a realizar algum procedimento estético?	91,3%	8,7%
Se você já realizou algum procedimento estético, ficou satisfeito(a) com o resultado e com o seu corpo?	87,5%	12,5%
Realizaria outro procedimento estético?	76,3%	23,7%
As redes sociais influenciaram de alguma maneira na tomada de decisão em realizar algum desses procedimentos?	31,2%	68,8%

Fonte: Elaborado pelas autoras (2022).

3.3 SEGURANÇA E BEM-ESTAR COM RELAÇÃO À APARÊNCIA



Dentre os investigados, a maioria (61,3%) relatou que frequentemente se olha no espelho e verifica sua aparência, quase metade dos investigados afirma se comparar com os outros indivíduos; disfarçar algum defeito que imaginam ter e encontrar com frequência defeitos em seu corpo.

Aplicando-se 8 itens da escala de bem-estar psicológico adaptada e traduzida para o português a partir da *Psychological Well-being Scale*, foram analisadas as dimensões da autoaceitação e da autonomia do bem-estar psicológico, sendo obtidos os seguintes resultados:

Partindo-se dos resultados obtidos para as três (3) primeiras questões da escala de bem-estar, que versavam sobre a autoaceitação, onde cerca de 70% dos respondentes concordam total ou parcialmente que se sentem-se confiantes sobre si mesmos, gostando da forma como são, inclusive em comparação às demais pessoas, pode-se inferir que para a amostra desta pesquisa efetivamente valeu a pena a realização dos procedimentos estéticos, já que 91,3% dos entrevistados fizeram tais intervenções. Nota-se que mais de 70% dos entrevistados concordam com as afirmações, constatando-se que esses indivíduos, de uma forma geral, se autoaceitam. Dado esse que é, de certo modo, incoerente com as respostas obtidas na área de autopercepção da aparência, em que grande parcela dos investigados revelou significativa preocupação acerca de sua aparência.

As respostas obtidas para as cinco (5) questões da escala de bem-estar que versavam sobre a autonomia da pessoa não demonstraram convergência entre elas, destacando a heterogeneidade deste sentimento entre os entrevistados. De uma forma geral, pode-se observar que a maioria dos investigados se considera autônomo, mesmo que grande parte deles alegue se preocupar com as opiniões e com as avaliações dos outros.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Observou-se que, embora a maioria esmagadora da amostra investigada navegue em redes sociais por um tempo diário significativo, apenas pouco menos de um terço (1/3) dos participantes relatou ter sido influenciado por essas plataformas na decisão de realizar alguma intervenção estética, dado este que não permitiu a confirmação da hipótese (H1) de que as redes sociais ampliam o interesse e a realização de tais intervenções. Também não foi possível confirmar a hipótese (H2) de que a realização de procedimentos estéticos nem sempre resulta no bem-estar psicológico almejado, visto que quase 90% dos entrevistados alegam ter ficado, física e psicologicamente, satisfeitos com os resultados finais dos procedimentos executados.

Resta ainda uma questão, e uma nova oportunidade de pesquisa, pois mais de três quartos (3/4) dos investigados declararam que realizariam outro procedimento estético. Este dado pode indicar, por um lado, continuidade da insatisfação corporal, o que demandaria outro procedimento. Porém, por outro lado, este dado pode indicar uma visão positiva dos indivíduos da amostra acerca da sua experiência com a realização do procedimento estético pelo qual passaram, de forma que repetiriam a experiência. Por fim, demonstrando a subjetividade e a dificuldade de se captar os sentimentos e as percepções humanas, a maioria da amostra estudada afirma que se autoaceita fisicamente e que tem autonomia de suas escolhas estéticas, porém quase metade dos indivíduos compara-se aos outros e frequentemente encontra defeitos em seu corpo, fato que pode indicar a importância de se desenvolverem novos estudos e novas escalas que possam contribuir e reforçar a teoria acerca desta área de conhecimento.

REFERÊNCIAS



AURICHIO, A. M. **Procedimentos estéticos**: percepção do cliente quanto ao esclarecimento para a tomada de decisão. 2004. Dissertação (Mestrado em Enfermagem) - Universidade de São Paulo, Escola de Enfermagem, São Paulo, 2004. Disponível em:

https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0080-62342007000100002&script=sci_abstract&tlng=pt.

Acesso em: 06 maio 2021.

COUTO, E. S. **O Homem satélite**: estética e mutações do corpo na sociedade tecnológica. 2000. 276 f. Tese (Doutorado em Educação) – Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2000.

Disponível em: <https://core.ac.uk/download/pdf/296824147.pdf>. Acesso em: 30 abr. 2021.

FERREIRA, J. B.; LEMOS, L. M. A.; SILVA, T. R. Qualidade de vida, imagem corporal e satisfação nos tratamentos estéticos. **Rev. Pesqui. Fisioter.**, v. 6, n. 4, p. 402-410. 2016. Disponível em:

<https://www5.bahiana.edu.br/index.php/fisioterapia/article/view/1080>. Acesso em: 10 ago. 2022.

ISAPS International Survey On Aesthetic/Cosmetic, 2019. Disponível em:

<https://www.isaps.org/wp-content/uploads/2020/12/Global-Survey-2019.pdf>. Acesso em: 12

abr. 2021.

MACHADO, W. L. **Escala de bem-estar psicológico**: adaptação para o português brasileiro e evidências de validade. 2010. Dissertação (Mestrado em Psicologia) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Curso de Pós-Graduação em Psicologia, Rio Grande do Sul, 2010. Disponível em:

<https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/29716/000778689.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

Acesso em: 10 ago. 2022.

MACHADO, W. L.; BANDEIRA, D. R.; PAWLOWSKI, J. Validação da Psychological Well-being Scale em uma amostra de estudantes universitários. **Aval. psicolog**, v. 12, n. 2, p. 263-272, 2013.

Disponível em: [http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1677-](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1677-04712013000200017)

[04712013000200017](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1677-04712013000200017). Acesso em: 21 abr. 2021.

R DEVELOPMENT CORE TEAM. **R**: a language and environment for statistical computing. 2020.

RYFF, C. D. Happiness is everything, or is it? Explorations on the meaning of psychological wellbeing. **J. Pers. Soc. Psychol.**, v. 57, n. 6, p. 1069-1081, 1989. Disponível em:

<https://psycnet.apa.org/doiLanding?doi=10.1037%2F0022-3514.57.6.1069>. Acesso em: 13 maio

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 abr. 2021.

VON SOEST, T. *et al.* The effects of cosmetic surgery on body image, self-esteem, and psychological problems. **J. Plast. Reconstr. Aesthet. Surg.**, v. 62, n. 10, p. 1238-1244, 2009.

Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.bjps.2007.12.093>. Acesso em: 25 abr. 2021.