

CIRURGIAS PLÁSTICAS E REDES SOCIAIS: REFLEXOS DA DÉCADA DE 2020 NA BUSCA PELO CORPO IDEALIZADO

Plastic surgeries and social media: reflections of the 2020s in the search for the idealized body

Valentina Assoni Ceratto^{1*}; Eduarda Zin^{2*}; Rinede Manfredini^{3*}

¹Acadêmica do Curso de Graduação de Medicina da Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões. *E-mail*: 104443@aluno.uricer.edu.br

²Acadêmica do Curso de Graduação de Medicina da Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões. *E-mail*: 104651@aluno.uricer.edu.br

³Cirurgião plástico. Orientador da Liga de Cirurgia Plástica da Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões. *E-mail*: cirurgiaplastical@gmail.com

Data do recebimento: 30/05/2025 Data do aceite: 29/10/2025

RESUMO: A cirurgia plástica, ramo da Medicina voltado à reconstrução e ao aprimoramento estético do corpo, tem ganhado relevância crescente na contemporaneidade, especialmente em virtude da influência exercida pelas redes sociais na construção dos padrões de beleza. Este artigo tem como objetivo investigar, com base na literatura científica recente, se as redes sociais influenciam a decisão de indivíduos em realizar cirurgias plásticas, sobretudo quando essa escolha é motivada pela exposição a conteúdos e padrões estéticos difundidos no ambiente digital. Adotou-se como método a revisão narrativa da literatura, com seleção de publicações em bases como *PubMed*, *Google Scholar*, *Web of Science*, *SciELO*, *UpToDate* e repositórios universitários. Evidenciou-se um aumento significativo na busca por cirurgias estéticas, impulsionado pela disseminação de padrões irreais de beleza promovidos por influenciadores digitais, cujos conteúdos são, frequentemente, modificados por filtros e edições. Tais práticas contribuem para expectativas inalcançáveis e impactos negativos sobre a saúde mental, sobretudo entre os jovens. Paralelamente, observa-se um debate crescente sobre a padronização estética em detrimento da valorização da diversidade humana. Conclui-se que, na década de 2020, as redes sociais desempenham papel central nas

decisões relativas à cirurgia plástica, sendo essencial promover o uso consciente desses procedimentos como forma de valorização da individualidade.

Palavras-chave: Autoestima. Padrões estéticos. Influenciadores. Harmonização facial. Saúde mental.

ABSTRACT: Plastic surgery, a branch of medicine focused on reconstruction and aesthetic enhancement of the body, has gained increasing relevance in contemporary times, especially due to the influence exerted by social media on the construction of beauty standards. This article aims to investigate, based on recent scientific literature, whether social media influences individuals' decisions to undergo plastic surgery, especially when this choice is motivated by exposure to content and aesthetic standards disseminated in the digital environment. The method adopted was a narrative review of the literature, with publications selected from databases such as *PubMed*, *SciELO*, and *UpToDate*. A significant increase in the search for cosmetic surgery was evident, driven by the dissemination of unrealistic beauty standards promoted by digital influencers, whose content is often modified by filters and editing. Such practices contribute to unattainable expectations and negative impacts on mental health, especially among young people. At the same time, there is a growing debate about aesthetic standardization to the detriment of valuing human diversity. It can be concluded that, in the 2020s, social media plays a central role in decisions regarding plastic surgery, making it essential to promote the conscious use of these procedures as a way of valuing individuality.

Keywords: Self-esteem. Aesthetic standards. Influencers. Facial harmonization. Mental health.

Introdução

A cirurgia plástica, especialmente em sua vertente estética, constitui uma área da Medicina dedicada à melhoria da aparência e ao refinamento de aspectos físicos, por meio de intervenções cirúrgicas. Nas últimas décadas, a especialidade passou por avanços expressivos em técnicas e tecnologias, permitindo procedimentos cada vez menos invasivos e com resultados mais naturais. Esses progressos incluem desde abordagens

que minimizam cicatrizes até métodos capazes de proporcionar resultados praticamente sem marcas visíveis (Ramos Filho, 2023).

A cirurgia plástica, tradicionalmente voltada à reconstrução funcional e ao aprimoramento estético, tornou-se um fenômeno social amplificado pela ascensão das redes sociais digitais. Na última década, plataformas digitais como *Instagram*, *TikTok* e *Snapchat* passaram a exercer influência direta sobre a percepção corporal e os padrões de beleza, promovendo imagens exageradamente idealizadas e editadas, que impactam especialmente jovens e mulheres (Li *et al.*, 2025). Estudos recentes demonstram que o

consumo de conteúdo visual nessas redes está associado ao aumento da insatisfação corporal, à comparação social e à busca por procedimentos estéticos, como rinoplastia, lipospiração e harmonização facial (Sonmez; Esiyok, 2023).

Além disso, há evidências de que o uso intensivo das redes sociais pode contribuir para o desenvolvimento de transtornos como a dismorfia corporal, intensificando expectativas irreais e vulnerabilidades psicológicas entre os candidatos à cirurgia plástica (Barone; De Bernardis; Perischetti, 2024). O debate contemporâneo também inclui preocupações éticas e a necessidade de promover a valorização da diversidade, contrapondo-se à padronização estética imposta pelo ambiente digital (Taishan *et al.*, 2024). Portanto, compreender o papel central das redes sociais na decisão por intervenções estéticas é fundamental para orientar práticas clínicas responsáveis e fomentar o uso consciente da cirurgia plástica, priorizando a saúde mental e a individualidade dos pacientes.

Nos últimos anos, especialmente na década de 2020, observa-se um aumento expressivo na procura por cirurgias plásticas com finalidade estética. Esse fenômeno parece estar intimamente associado à ascensão das redes sociais como protagonistas na formação de ideais de beleza, na divulgação de rotinas de procedimentos e na normalização de transformações corporais, realizadas, muitas vezes, sem reflexão crítica (Thawanyarat; Hinson; Gomez, 2023).

Se, por um lado, a digitalização foi um grande avanço e ampliou o acesso à informação, por outro, também intensificou a pressão estética e o desejo de adequação a padrões que tendem à homogeneização do corpo, da face e até da personalidade apresentada *on-line*.

A decisão por realizar uma cirurgia plástica nem sempre é totalmente pessoal, podendo ser fortemente influenciada pela exposição

contínua a influenciadores, filtros e comparações virtuais. No Brasil, fotos de “antes e depois” impactam diretamente essa escolha (Kataoka *et al.*, 2024) e, internacionalmente, imagens idealizadas estão associadas à insatisfação corporal e ao maior interesse por procedimentos estéticos (Mironica *et al.*, 2024; Thawanyarat; Hinson; Gomez, 2023). Nesse cenário, torna-se essencial compreender como as redes sociais não apenas refletem demandas, mas também moldam novas expectativas, já que algoritmos, narrativas visuais e a cultura da autoexposição reforçam padrões de beleza uniformizados e, muitas vezes, inalcançáveis.

A investigação sobre a influência das redes sociais na busca por cirurgias plásticas justifica-se pelo impacto crescente dessas plataformas na construção da autoimagem e na formação de padrões estéticos que moldam comportamentos, especialmente entre jovens. A exposição constante a conteúdos idealizados, filtros e influenciadores tem sido associada ao aumento da insatisfação corporal e à normalização de procedimentos estéticos como soluções rápidas para questões de autoestima. Compreender essa relação torna-se relevante tanto para a saúde pública quanto para a prática clínica, permitindo identificar riscos, orientar decisões mais conscientes e discutir os limites éticos envolvidos na promoção de padrões de beleza nas mídias digitais.

Assim, o objetivo deste estudo é investigar, com base na literatura científica recente, se as redes sociais influenciam a decisão de indivíduos em realizar cirurgias plásticas, especialmente quando essa escolha é motivada pela exposição a conteúdos e padrões estéticos difundidos no ambiente digital. A investigação busca contribuir para uma compreensão crítica desse fenômeno contemporâneo, destacando seus impactos na saúde, na autoestima e na prática clínica em cirurgia plástica.

Material e Métodos

Para a escrita deste texto, realizou-se uma pesquisa teórica, com enfoque qualitativo, com o propósito de identificar a influência das redes sociais na decisão por cirurgias plásticas estéticas. Nessa linha de raciocínio, este artigo é um esforço reflexivo para gerar e agregar conhecimentos novos nesta área, uma vez que a palavra “pesquisa” significa a busca de informações, a partir de levantamentos bibliográficos e dados, como também a opção por sofisticação metodológica e o uso de teoria de ponta para buscar novos caminhos quanto ao conhecimento existente e, portanto, novos métodos de investigação por meio da abordagem metodológica (Gatti, 2006).

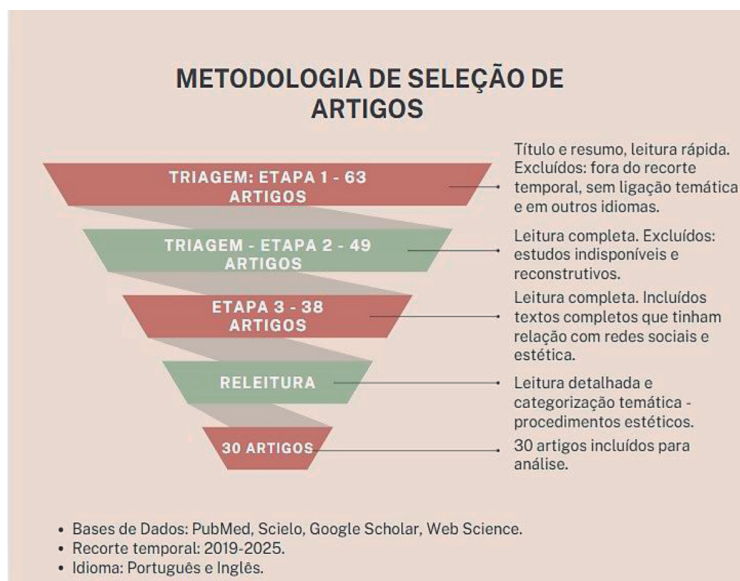
São discutidas informações relevantes, como: redes sociais e influência de procedimentos estéticos; insatisfação dos pacientes após cirurgias plásticas; a maneira como filtros, influenciadores e algoritmos moldam percepções corporais, e as repercussões psicológicas desse ambiente digital

sobre indivíduos que consideram realizar ou já realizaram cirurgias plásticas.

A busca bibliográfica foi realizada entre 1º de outubro de 2024 e 19 de novembro de 2025 nas bases *PubMed*, *UpToDate*, *SciELO*, *Google Scholar*, *Web of Science* e repositórios universitários, utilizando as palavras-chave “autoestima”, “cirurgia plástica”, “influência” “marketing digital”, “influenciadores”, “ética médica” “padrões estéticos” e “redes sociais”, incluindo textos em Língua Portuguesa e Língua Inglesa, com recorte temporal de 2019 a 2025.

Foram incluídos estudos empíricos, revisões e textos teóricos que abordassem a relação entre redes sociais e procedimentos estéticos, publicados em texto completo. Como critérios de exclusão, destacam-se trabalhos sem relação com a temática, textos indisponíveis, estudos apenas reconstrutivos e publicações fora do período definido. A triagem ocorreu em três etapas (título/resumo, leitura integral e seleção final), resultando na inclusão de 30 artigos. A análise seguiu um processo de leitura detalhada e categoriza-

Imagem 1 - Fluxograma em funil acerca da metodologia de seleção de artigos.



ção temática, permitindo identificar padrões, relações e interpretações relevantes sobre o impacto do ambiente digital na motivação para cirurgias estéticas.

Resultados e Discussões

O belo atual

O ideal de beleza sofreu mudanças marcantes ao longo do tempo: da rejeição da aparência feminina na Idade Média, ao corpo ligado à fertilidade no Renascimento, passando pelo culto à magreza extrema dos anos 1990 e 2000, até chegar à década de 2020, em que saúde e cirurgias plásticas se combinam na busca pelo padrão vigente (Salerno, 2023). Hoje, a estética é moldada por fatores culturais e tecnológicos, especialmente pelas redes sociais, que se tornaram centrais na difusão e imposição de padrões, muitas vezes, inatingíveis. Plataformas como *TikTok* e *Instagram* amplificam modelos de beleza construídos digitalmente por filtros e edição de imagem, reforçando expectativas irreais sobre corpos e rostos (Salerno, 2023; Zhang; Hallock, 2020).

A popularização das cirurgias plásticas e dos procedimentos estéticos não invasivos cresceu de forma expressiva na última década, impulsionada pela atuação das redes sociais, que, não apenas difundem padrões de beleza, mas também fortalecem a cultura da modificação corporal. Influenciadores e celebridades expõem seus procedimentos como parte natural de suas rotinas, normalizando cirurgias e tratamentos para alcançar uma estética frequentemente inalcançável, o que tem estimulado especialmente jovens e adolescentes a buscarem intervenções, como preenchimentos e lipoaspiração (Aguiar, 2022). Paralelamente, filtros e efeitos digitais padronizam traços faciais e corporais, intensificando comparações

sociais e promovendo expectativas irreais sobre a própria aparência, contribuindo para insatisfação estética, queda da autoestima e maior vulnerabilidade emocional (Oliveira; Costa, 2021; Salerno, 2023; Vaz *et al.*, 2023).

O impacto psicológico da cultura de modificação estética é profundo, pois a busca por um “corpo ideal” impõe pressão social constante, favorecendo baixa autoestima e aumentando a incidência de transtornos mentais, como o Transtorno Dismórfico Corporal, sobretudo entre jovens mais vulneráveis à validação social *on-line* (Kaleeny; Janis, 2024). Pesquisa da Universidade Federal do Ceará com 473 adolescentes mostrou que meninas sofrem maior impacto emocional, relatando insatisfação corporal, frustração e sintomas depressivos associados ao uso das redes sociais (Aguiar, 2022). Nesse cenário, o padrão estético idealizado, reforçado pelas plataformas digitais, intensifica comparações e sentimentos de inadequação, contribuindo para frustração e danos à saúde mental, já que grande parte dos conteúdos consumidos apresenta uma realidade filtrada e inalcançável (Salerno, 2023).

Somado a isso, as harmonizações faciais têm se tornado cada vez mais difundidas e realizadas por múltiplos profissionais da área da saúde. Tais técnicas são vistas com frequência como uma forma de alcançar padrões estéticos promovidos por influenciadores das mídias sociais. A busca por uma aparência idealizada e, muitas vezes, homogênea levanta questões importantes sobre identidade individual e os impactos socioculturais dessa padronização estética. Uma das críticas recorrentes a esses procedimentos é o fenômeno de uma certa “homogeneização” da aparência, em que diferentes pessoas, ao realizarem as mesmas intervenções estéticas, passam a exibir traços faciais muito similares, o que foi nomeado por internautas, nos últimos meses, como “*iPhone Face*” (Cintra, 2021).

O movimento em direção à uniformidade estética pode ser entendido como reflexo de pressões culturais e sociais, que valorizam determinados padrões de beleza. Estão sendo valorizados rostos com traços finos, maçãs do rosto marcadas, queixo projetado e lábios volumosos, considerados mais atraentes no que concerne a esses padrões, o que cria uma tendência almejada por muitos indivíduos. Isso levanta preocupações sobre a perda da diversidade de expressões faciais e a singularidade, aspectos que, tradicionalmente, compõem a identidade pessoal e o reconhecimento social da raça humana (Cintra, 2021, Vaz *et al.*, 2023).

O rosto constitui assim, simultaneamente, um ‘meio de expressão’, ‘auto apresentação e comunicação’. Nos artefactos surgem, pois, de forma recorrente, convenções que regulam a práxis facial activa e, em última instância, encaminham para a questão da relação especular que existe entre imagem e vida (Belting, 2019, p.60).

Posto isso, surgiram críticas de que alguns procedimentos estéticos e cirurgias plásticas estariam promovendo a perda de traços de naturalidade, resultando em efeitos padronizados ou até exagerados. A harmonização facial e outras técnicas cirúrgicas têm produzido rostos com expressões que fogem ao que seria considerado natural ou equilibrado. Esse fenômeno levanta questões sobre a busca por padrões de beleza artificial, que podem comprometer a singularidade e a identidade facial de cada pessoa, em prol de uma estética artificialmente uniforme (Cintra, 2021).

Como os algoritmos intensificam a pressão estética no cotidiano

Com o avanço tecnológico, influenciadores digitais tornaram-se figuras centrais na definição dos padrões de beleza, utilizando

as redes sociais como principal espaço de atuação (Silqueira, 2023). A presença dessas figuras como representantes de marcas fortaleceu a divulgação de um “ideal estético” baseado em filtros e edições, intensificando a busca pelo corpo perfeito e estimulando a procura por cirurgias plásticas. Assim, influenciadores passam a atuar como referências diretas para os usuários, instigando escolhas e julgamentos sobre produtos e procedimentos estéticos (Silva, 2021).

Os algoritmos das plataformas sociais funcionam como mecanismos amplificadores: conteúdos que geram maior engajamento são priorizados e, dentre eles, frequentemente estão fotos e vídeos com padrão estético idealizado. Isso gera uma bolha de repetição estética, que reforça a percepção de que certas características físicas são mais desejáveis, intensificando a comparação corporal. Estudos mostram que essa exposição contínua está, diretamente, ligada à insatisfação corporal e ao desejo por procedimentos cosméticos (Mironica *et al.*, 2024). Além disso, investigações sobre autoapresentação no *Instagram* apontam que a expressão de um “*self ideal*” nas redes, mediada pela vergonha corporal e manipulação de imagens, está associada à intenção de realizar cirurgia plástica (Galeotti *et al.*, 2023). Por fim, a ansiedade social relacionada à aparência - impulsionada pela percepção de popularidade nas redes - tem sido identificada como um preditor significativo da aceitação de cirurgias estéticas (Demir *et al.*, 2024).

Os algoritmos não apenas ampliam conteúdos populares, mas também reforçam padrões estéticos específicos ao entregar, repetidamente, publicações de beleza para usuários que interagem com esse tema. Esse ciclo de retroalimentação intensifica a ideia de um “padrão ideal”, gerando pressão para que as pessoas correspondam a essas imagens (Sant *et al.*, 2023).

Tal dinâmica agrava a discrepância entre a autoimagem real e a idealizada, aumentando o desconforto corporal e a ansiedade social. A revisão sistemática de Mironica *et al.* (2024) confirma esse efeito ao demonstrar que maior engajamento nas redes está associado a mais insatisfação corporal e maior interesse por cirurgias estéticas.

Além de personalizar os *feeds*, os algoritmos das redes sociais reforçam um “padrão de beleza ideal” ao priorizar conteúdos visualmente agradáveis e repetitivos. Com isso, o usuário passa a ver, continuamente, os mesmos tipos de corpo, pele e estética, como se fossem universais. Um estudo recente mostrou que plataformas como *YouTube*, *Instagram* e *TikTok* promovem imagens altamente filtradas e digitalmente otimizadas, consolidando esse ideal estético (Huang; Fabi, 2024). Esse mecanismo torna as redes sociais uma ferramenta potente de influência, especialmente entre adolescentes e jovens adultos, que passam a considerar procedimentos estéticos como meios naturais de alcançar esses padrões (Mironica *et al.*, 2024).

Essa repetição visual, algoritmicamente guiada, cria uma sobreposição constante entre a imagem real dos usuários e a versão idealizada a eles exposta, gerando uma pressão persistente para que se adequem a esses padrões. A insatisfação com a própria aparência, alimentada por essa exposição, não é apenas teórica: uma revisão sistemática apontou que a utilização intensiva de redes sociais está associada à alta insatisfação corporal e à consideração significativa por cirurgia plástica entre jovens (Mironica *et al.*, 2024).

Dessa forma, evidencia-se que a pressão estética amplificada pelos algoritmos não ocorre de modo passivo, mas é reforçada pela interação cotidiana dos usuários com conteúdos hiperestetizados. Pesquisas mostram que a exposição repetida a imagens filtradas

e idealizadas aumenta a autocritica e a insatisfação corporal, especialmente entre jovens adultos - grupo mais vulnerável a mensagens visuais e comparações sociais constantes (Mironica *et al.*, 2024). Além disso, estudos sobre o comportamento digital indicam que as redes sociais funcionam como importantes moduladores do desejo por cirurgias estéticas, influenciando, diretamente, a tomada de decisão e a percepção do “corpo adequado” no ambiente virtual (Taishan *et al.*, 2024). Assim, compreender esses mecanismos torna-se fundamental para reduzir danos psicológicos e promover uma relação mais ética entre tecnologia, imagem e saúde.

Cirurgias plásticas populares na década

O ano de 2020 foi marcado por uma redução substancial no volume global de cirurgias plásticas, como consequência direta do impacto multifatorial da pandemia de COVID-19 sobre os serviços de saúde e sobre o comportamento populacional de *lockdown* e distanciamento social. As restrições sanitárias impostas, associadas às preocupações quanto à biossegurança, à instabilidade econômica e ao redirecionamento dos recursos médicos para a assistência hospitalar emergencial, resultaram na suspensão temporária das cirurgias eletivas em grande parte dos hospitais especializados. Sob esse contexto, estimativas divulgadas pela *International Society of Aesthetic Plastic Surgery* (ISAPS), no ano de 2021, demonstram que mais de 70% dos cirurgiões plásticos em atividade mundial interromperam, parcial ou totalmente, o atendimento durante os períodos mais críticos da pandemia, culminando em uma queda média de 10% nos procedimentos estéticos cirúrgicos, o que impactou, diretamente, o setor.

Em contrapartida, os procedimentos não cirúrgicos, como toxina botulínica, preenchimentos à base de ácido hialurônico e trata-

mentos de remoção de pelos a *laser*, apesar de também apresentarem desaceleração, mantiveram crescimento relativo, porém, inferior aos anos anteriores (5% em 2020, em comparação com 7%, em 2019). Isso resultou em um decréscimo global de 1,8% de todos os procedimentos estéticos realizados em 2020, refletindo a forte interferência do contexto pandêmico no setor (ISAPS, 2021).

Apesar desse cenário adverso supracitado, observa-se que a procura por procedimentos cirúrgicos não cessou completamente, mesmo em meio às restrições sanitárias, principalmente em países com tradição estética consolidada, como Brasil, Estados Unidos da América, México e Coreia do Sul. O Brasil, em particular, destaca-se entre os líderes mundiais, reforçando a elevada valorização estética corporal e a disponibilidade de profissionais adequados e qualificados no país (ISAPS, 2021).

De acordo com a Sociedade Internacional de Cirurgia Plástica, os procedimentos cirúrgicos plásticos mais realizados em 2020 foram: aumento das mamas; lipoaspiração; cirurgia das pálpebras, rinoplastia e abdominoplastia (ISAPS, 2021). Esses dados, por sua vez, consolidam o padrão epidemiológico das últimas décadas, com procedimentos voltados à remodelação corporal e rejuvenescimento facial em posição de destaque.

A partir de 2020, contudo, observa-se uma mudança progressiva e relevante nas tendências. No Congresso Mundial da ISAPS, realizado em Singapura, no ano de 2025, relatou-se que o número global de cirurgias plásticas ultrapassou 17 milhões de procedimentos, com um aumento acumulado em 42,5% na perspectiva global, em comparação aos índices de 2020.

O Brasil lidera o *ranking* mundial dos procedimentos estritamente cirúrgicos plásticos, com mais de 3 milhões de intervenções, indicando não apenas recuperação pós-pandemia,

mas um crescimento exponencial da demanda estética no país.

Somado a isso, tendo em vista, ainda, os relatórios do Congresso supracitado, a estatística mais notável divulgada refere-se à mudança no procedimento cirúrgico mais realizado no mundo: em 2024, a blefaroplastia tornou-se a cirurgia mais frequentemente executada, totalizando, aproximadamente, 2 milhões de intervenções, ultrapassando a lipoaspiração, a mamoplastia de aumento e a rinoplastia (ISAPS, 2025). Essa tendência tem sido amplamente associada a fatores sociocomportamentais oriundos da pandemia de COVID-19. Conforme relatado pela *American Society of Plastic Surgeons*, o uso prolongado de máscaras faciais transferiu a atenção estética para a região palpebral e periocular, acentuando a percepção individual e autocrítica acerca da flacidez palpebral e sinais de envelhecimento na região superior da face (ASPS, 2022).

Paralelamente a isso, o avanço acelerado das tecnologias de imagens em câmeras frontais de alta resolução, aliado à crescente exposição individual em redes sociais por meio de *selfies* e ao uso massivo de plataformas de videoconferência, intensificou-se o fenômeno denominado “*videoface dysmorphia*”, que versa sobre a insatisfação estética potencializada pela visualização constante do próprio rosto em ambientes digitais. Estudos anteriores já indicavam que a cultura de *selfies* influencia diretamente a decisão por procedimentos faciais, levando muitos pacientes a relatarem o desejo de “parecer melhor nas fotografias”, especialmente em plataformas que privilegiam a estética visual (Árabe, 2019).

Nesse contexto, a rinoplastia também se destaca como um procedimento fortemente influenciado pela mídia digital. Em estudo conduzido na Arábia Saudita com 205 participantes, Obeid *et al.* (2022) verificaram que a maioria das pacientes do sexo feminino

que realizaram rinoplastia relatou ter sido influenciada, diretamente, pela exposição a imagens comparativas de “antes e depois” na rede social *Snapchat*. Tal achado reforça a participação das redes sociais não apenas como ferramenta de divulgação, mas como determinante comportamental na motivação para cirurgias estéticas, especialmente entre mulheres.

Por fim, as mídias sociais também funcionam como vitrine para a publicidade de cirurgias estéticas, normalizando procedimentos como parte do cotidiano. Um exemplo é a popularização do “*Mommy Makeover*”, divulgado nas plataformas como solução rápida e completa para mulheres no pós-parto. A forte repercussão midiática foi evidenciada em reportagem da CNN Brasil, que apresentou o protocolo como forma de “restaurar a autoestima”, ainda que, depois, tenha esclarecido seu caráter estritamente estético. Esse tipo de cobertura contribui para reforçar padrões corporais idealizados e, muitas vezes, inatingíveis no período pós-gestacional (Bastos, 2025).

Nesse sentido, segundo a Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica (SBCP), a “*Mommy Makeover*” é uma das cirurgias mais solicitadas no Brasil, e compreende um conjunto de procedimentos que remodelam as áreas afetadas pela gestação, incluindo lipoaspiração, mastopexia e abdominoplastia, em um único momento. A SBCP também ressalta que, embora frequentemente apresentado como meio de “resgatar a identidade feminina”, trata-se de um procedimento estritamente eletivo, que deve ser indicado com cautela, considerando-se tanto a segurança quanto a expectativa realista da paciente (Sant *et al.*, 2023; SBCP, 2025).

Considerações Finais

Torna-se evidente, portanto, a influência das redes sociais, de forma direta, sobre a es-

colha das cirurgias plásticas pelos pacientes, bem como a frequência de sua realização. Isso ocorre porque, conforme constatado, os influenciadores digitais impõem padrões irreais que funcionam como estereótipos e modelos de beleza a serem seguidos, fomentando a busca pelo corpo perfeito por meio de intervenções cirúrgicas. Esse processo é potencializado pelos conteúdos curados algoritmicamente, que impactam diretamente a percepção corporal e o comportamento dos indivíduos, especialmente dos jovens, mais suscetíveis à validação virtual.

Nesse sentido, tem-se como crescente o padrão de pensamento de constante insatisfação corporal, que favorece o desenvolvimento de condições psiquiátricas, como ansiedade social e Transtorno Dismórfico Corporal. Na ânsia de atingir um padrão de excelência fabricado pela mídia, corre-se o risco de perder a essência do belo e do natural. O bonito pode ser diferente do que se entende por “lindo” nas redes. Portanto, é fundamental promover uma estética da singularidade - aquela que respeita as diferenças e reconhece que a verdadeira beleza reside na autenticidade.

Diante disso, a prática médica, diante do aumento expressivo da demanda por cirurgias plásticas, que coloca o Brasil como líder em procedimentos estéticos, requer a incorporação de avaliações psicológicas, comunicação ética e orientação clara aos pacientes, a fim de esclarecer dúvidas e evitar possíveis insatisfações. Qualquer intervenção estética deve ser cuidadosamente avaliada e individualizada, sem seguir fórmulas prontas ou tendências impostas por influenciadores ou algoritmos. A cirurgia plástica, enquanto especialidade médica, deve prezar pela saúde integral do paciente, considerando seus desejos reais, sua história corporal e sua subjetividade.

Por fim, é possível afirmar que os objetivos deste estudo foram alcançados, ao investigar, com base na literatura científica recente,

se as redes sociais influenciam a decisão de indivíduos de realizar cirurgias plásticas, especialmente quando essa escolha é motivada pela exposição a conteúdos e padrões estéticos difundidos no ambiente digital, caracterizando o panorama atual sobre essa questão. Portanto, as redes sociais ocupam

papel central na motivação por cirurgias plásticas, exigindo abordagem multidisciplinar, regulamentação do *marketing* plástico e fortalecimento das práticas médicas baseadas na ética, explicitando ao paciente que o “corpo perfeito” não é real.

REFERÊNCIAS

- AGUIAR, D. C. **Distorção da imagem corporal e transtornos alimentares em estudantes universitários da área da saúde**. Trabalho de Conclusão de Curso - Centro Educacional Fasipe - UNIFASIFE, 2022. Disponível em: <https://repositorio.fasipe.com.br/server/api/core/bitstreams/88c411a3-32b4-484e-b980-22bbb1f4b724/content>. Acesso em: 20 out. 2024.
- AMERICAN SOCIETY OF PLASTIC SURGEONS, ASPS. **Procedural Statistics Release**, p. 4-7, 2022. Disponível em: <https://www.plasticsurgery.org/documents/news/statistics/2022/plastic-surgery-statistics-report-2022.pdf>. Acesso em: 19 nov. 2025.
- ÁRABE, K.; BARASAIN, O.; ALTAWEEL, A.; ALKHAYYAL, J.; ALSHIHA, L.; BARASAIN, R.; ALESSA, R.; ALSHAALAN, H. Influência das redes sociais na decisão de se submeter a um procedimento estético. **Cirurgia Plástica e Reconstructiva - Global Open**, v. 7, n. 8, p. e2333, 2019. DOI: 10.1097/GOX.0000000000002333. Acesso em: 19 nov. 2025.
- BARONE, M.; DE BERNARDIS, R.; PERSICHETTI, P. Could social network influence the body perception and develop dysmorphophobia? **Aesthetic Plastic Surgery**, v. 48, n. 23, p.5213-5214, 2024. DOI: 10.1007/s00266-023-03678-4.
- BASTOS, N. “Mommy Makeover” é febre entre celebridades que deram à luz; saiba o que é. **CNN Brasil**, Saúde, 2025. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/saude/mommy-makeover-e-febre-entre-celebridades-que-deram-a-luz-saiba-o-que-e>. Acesso em: 19 nov. 2025.
- BELTING, H. **Face and Mask: A Double History**. Princeton: Princeton University Press, 2019.
- CINTRA, C. O Instagram está padronizando os rostos? **Jornal da USP**, Universidade de São Paulo, Estação das Letras e Cores Editora, 2021. Disponível em: <https://jornal.usp.br/atualidades/cresceu-mais-de-140-o-numero-de-procedimentos-esteticos-em-jovens-nos-ultimos-dez-anos/> Acesso em: 22 out. 2024.
- DEMIR, Y.; DAĞ, E.; KARAKUŞ, P.; KILINÇ, Z.A. The effect of desire to be liked and social appearance anxiety on aesthetic surgery acceptance in female nurses. **BMC Nursing**, v. 23, n. 1, p. 460, 2024. DOI: 10.1186/s12912-024-02147-w.
- GALEOTTI, T.; MARINO, C.; CANALE N.; SCACCHI, L.; VIENO, A. Changing to Impress: Testing a Mediation Model from Instagram Self-presentation to Cosmetic Surgery. **Aesthetic Plastic Surgery**, v. 48, n. 4, p. 764-773, 2023. DOI: 10.1007/s00266-023-03501-0.
- GATTI, B. A. Pesquisar em educação: considerações sobre alguns pontos-chave. **Revista Diálogo Educacional**, v. 6, n.19, p.25-35, 2006. Disponível em: <https://periodicos.pucpr.br/dialogoeducacional/article/view/24177>. Acesso em: 19 nov. 2025.

HUANG, A.; FABI, S. Algorithmic Beauty: The New Beauty Standard. **J Drugs Dermatol**, v. 23, n. 9, p. 742-746, 2024. DOI: 10.36849/JDD.8074.

ISAPS, International Society of Aesthetic Plastic Surgery. Pesquisa global de 2020 da ISAPS observa mudanças significativas nos procedimentos estéticos durante a pandemia. PRNewswire, 2021. Disponível em: <https://www.isaps.org/media/0irfbcki/portuguese.pdf>. Acesso em: 22 out. 2024.

ISAPS. International Society of Aesthetic Plastic Surgery. Novo relatório de estética global: uma mudança em direção à cirurgia facial globalmente, pois a pálpebra é o procedimento mais importante. PRNewswire, 2025. Disponível em: <https://www.isaps.org/media/qqsksml45/2024-global-survey-portuguese-latam.pdf>. Acesso em: 19 nov. 2025.

KATAOKA, A.; MENDES, C. C. S.; SOARES LELLO, N. G.; SAADA, R. C.; KAPRITCHKOFF, M. R. R. A influência das mídias sociais na decisão pela cirurgia plástica. **Revista Brasileira de Cirurgia Plástica (RBCP)**, v. 39, n. 2, 2024. DOI: 10.5935/2177-1235.2024RBCP0853.

KALEENY, J. D.; JANIS, J. E. Transtorno Dismórfico Corporal em Cirurgia Plástica Estética e Reconstructiva - Uma Revisão Sistemática e Meta-Análise. **Saúde (Basiléia)**, v. 12, n. 13, p. 1333. DOI: 10.3390/healthcare12131333.

LI, Y.; CHEN, H.; ZOU, Y.; GUO, Y.; GAO, L.; XU, X. Online selfie behavior and consideration of cosmetic surgery in teenage girls: The mediating roles of appearance comparisons and body dissatisfaction. **PLoS ONE**, v. 20, n. 2, e0318245, 2025. DOI: 10.1371/journal.pone.0318245.

MIRONICA, A.; POPESCU, C. A.; GEORGE, D.; TEGZEȘIU, A. M.; GHERMAN, C. D. Social media influence on body image and cosmetic surgery considerations: a systematic review. **Cureus**, v. 16, n. 7, e65626, 2024. DOI: 10.7759/cureus.65626.

OBEID, F. M.; MORTADA, H.; ALSULAIMAN, M.; FAISAL, G. A. O uso das mídias sociais e sua influência na realização da rinoplastia. **Cirurgia Plástica e Reconstructiva - Global Open**, v. 10, n. 6, p. e4375, 2022. DOI: 10.1097/GOX.0000000000004375. Acesso em: 19 nov. 2025.

OLIVEIRA, M. C.; COSTA, R. P. Busca por perfeição estética x saúde: imposição social sobre a beleza. **Brazilian Journal of Health Review**, v. 4, n. 6, 2021. DOI: 10.34119/bjhrv4n6-142.

RAMOS FILHO, J.B.L; PEREIRA, L. L. L.; ARRAIS FILHO, F. C.; ARAÚJO, L. A. Cirurgia plástica: avanços e desafios na modernidade. **Brazilian Journal of Development**, v. 9, n. 8, p. 24810-24822, 2023. DOI: 10.34117/bjdv9n8-105.

SANT, I. V.; MACHADO, A.; NOVIELLO, M. C. M. O bem-estar e a autoestima no pós-tratamento estético facial e corporal, considerando os impactos causados pela mídia para o padrão de beleza. **Revista Estética em Movimento**, v. 2, n. 1, 2023. Disponível em: <file:///C:/Users/eduar/Downloads/9410-Texto%20do%20Artigo-29815-1-10-20231113.pdf>. Acesso em: 23 out. 2024.

SALERNO, L. P.; MACHADO, M. F.; RIBEIRO, C. A. **Das páginas das revistas às postagens em redes sociais digitais: discursos e representações de gênero no perfil darevista Claudia no Instagram.** Tese de Doutorado - Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC, 2023.

SILVA, M. C. A relação entre redes sociais e autoestima. **Revista Ibero-americana de Humanidades, Ciências e Educação**, v. 7, n. 4, 2021. DOI: 10.51891/rease.v7i4.976.

SILQUEIRA, C. Z. B. **Marketing de influência: a responsabilidade civil dos influenciadores digitais pelos produtos e serviços divulgados nas redes sociais à luz do código de defesa do consumidor.** Trabalho de Conclusão de Curso. Faculdade de Direito de Vitória, 2023. Disponível em: <http://191.252.194.60:8080/handle/fdv/1609>. Acesso em: 23 out. 2024.

SOCIEDADE BRASILEIRA DE CIRURGIA PLÁSTICA (SBCP). Mommy makeover: a Cirurgia Plástica Pós-Gravidez. Notícias, Cirurgia Plástica, 2025. Disponível em: <https://www.sbcpr.org.br/noticias/mommy-makeover-a-cirurgia-plastica-pos-gravidez>.

- cirurgioplastica.org.br/mommy-makeover-a-cirurgia-plastica-pos-gravidez. Acesso em: 19 nov. 2025.
- SONMEZ, M.; ESIYOK, E. The effect of social media usage, appearance-related social media pressure and body mass index on body appreciation of cosmetic procedure patients. **Aesthetic Plastic Surgery**, v. 47, n. 6, p. 2711-2718, 2023. DOI: 10.1007/s00266-023-03654-y.
- TAISHAN, W. S.; ALI, M. A.; SULAIMAN, I. A.; ALSIWED, K.; HOBANI, A.; ABBAS, G.A. Bin; ALOTAIBI, A.; ALDHAHRI, A. The effect and implication of social media platforms on cosmetic facial plastic surgery among females in Saudi Arabia. **Cureus**, v. 16, n. 5, e60137, 2024. DOI: 10.7759/cureus.60137.
- THAWANYARAT, K.; HINSON, C.; GOMEZ, D. A Study of Plastic Surgery Trends With the Rise of Instagram. **Aesthetic Surgery Journal Open Forum**, v. 5, n. 8, 2023. DOI:10.1093/asjof/ojad004. Acesso em: 19 nov. 2025.
- VAZ, S. R., RODRIGUES, M. C.; NASCIMENTO FILHO, F. H. W. M.; ALMEIDA, T. A.C.; MORAES, N. F. Cirurgia plástica e a autoestima: uma análise do impacto de cirurgias estéticas sobre a autoimagem do paciente. **Revista Ibero-americana de Humanidades, Ciências e Educação**, v. 1, n. 1, 2023. DOI: 10.51891/rease.v1i1.10506.
- ZHANG, W.Y.; HALLOCK, G.G. Guillies and Dunedin: The birthplace of modern plastic surgery. *Journal of Plastic, Reconstructive & Aesthetic Surgery*, v. 76 n.3, p. 1012-1017, 2020.