Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação — REASE

OPEN ACCESS

doi.org/10.51891/rease.v12i11.31796

REDES SOCIAIS E O MUNDO DA ESTÉTICA: CONTRADIÇÕES DA JUVENTUDE NA CONTEMPORANEIDADE

SOCIAL MEDIA AND THE WORLD OF AESTHETICS: CONTRADICTIONS OF YOUTH IN CONTEMPORARY TIMES

Theylla Rodrigues Milhomem Pinheiro[1]
Miguel Rodrigues Netto[2]

RESUMO: O presente estudo aborda a relação entre as redes sociais e o mundo da estética, analisando as contradições da juventude na contemporaneidade. A sociedade atual, descrita como pós-moderna ou modernidade líquida (Bauman, 2001), é marcada pelo culto ao corpo, consumismo, individualismo e imediatismo, onde a beleza se configura como um dever moral imposto pela indústria cultural. Nesse cenário, a juventude se torna alvo principal de estereótipos, e a exposição contínua a padrões de comportamento e beleza inalcançáveis nas plataformas digitais intensificando a vulnerabilidade, a distorção de imagem e a busca incessante por aceitação. O objetivo da pesquisa é compreender a relação entre a influência do Instagram e a insatisfação com a autoimagem, explorando como este problema impulsiona a busca por procedimentos estéticos na juventude contemporânea. A metodologia adotada combinou a pesquisa bibliográfica, fundamental para a revisão de literatura, com a pesquisa exploratória, visando familiarizar-se com o tema e propor hipóteses iniciais. O estudo empregou a pesquisa qualitativa, recorrendo a entrevistas semiestruturadas com jovens mulheres para obter respostas espontâneas. O material coletado foi tratado e interpretado através da análise de conteúdo (AC) (Bardin, 2016), um conjunto de instrumentos que inferem conhecimentos sobre a produção e recepção das mensagens. Os resultados demonstram que o Instagram, ao privilegiar a imagem e a exibição do cotidiano, beleza e sucesso, funciona como um agente poderoso na disseminação de padrões estéticos hegemônicos, influenciando negativamente a autoimagem. A busca por procedimentos estéticos é impulsionada pelo desejo de se enquadrar (Valin et al., 2025) e pela insatisfação estética, um forte impulso vindo da onipresença das redes sociais. Os procedimentos injetáveis, como toxina botulínica e ácido hialurônico, são os mais procurados mundialmente e no Brasil por essa faixa etária, evidenciando a busca por um rosto com assimetria perfeita e o medo de envelhecer. A análise aponta que a banalização dos procedimentos estéticos se deu por meio das mídias digitais, com o risco de dismorfia corporal e a necessidade de realizar transformações constantes no corpo em busca de uma aceitação que se revela inalcançável. O uso diário e permanente das redes confirma o indício da sua influência na moldagem dos comportamentos sociais dos jovens.

Palavras-chave: Juventude. Redes sociais. Estética. Instagram. Autoimagem.

[1] Bacharela em Estética e Cosmética no Centro Universitário de Sinop – Unifasipe. Especialista em Juventude e Transformações Sociais Contemporâneas e Licencianda em Letras na Universidade do Estado de Mato Grosso – UNEMAT.
[2] Jornalista e Licenciado em Letras. Doutor em Ciências Sociais na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUC/SP. Professor do Programa de Pós-Graduação em Letras em Rede Nacional – ProfLetras da Universidade do Estado de Mato Grosso – UNEMAT.

ABSTRACT: The present study addresses the relationship between social networks and the world of aesthetics, analyzing the contradictions of youth in contemporary times. Today's society, described as postmodern or liquid modernity (Bauman, 2001), is marked by the worship of the body, consumerism, individualism, and immediacy, where beauty is configured as a moral duty imposed by the cultural industry. In this scenario, youth becomes the main target of stereotypes, and continuous exposure to unattainable behavior and beauty standards on digital platforms intensifies vulnerability, image distortion, and the relentless pursuit of acceptance. The objective of the research is to understand the relationship between Instagram's influence and dissatisfaction with self-image, exploring how this issue drives the search for aesthetic procedures among contemporary youth. The adopted methodology combined bibliographic research, crucial for the literature review, with exploratory research aiming to become familiar with the topic and propose initial hypotheses. The study employed qualitative research, using semi-structured interviews with young women to obtain spontaneous responses. The collected material was treated and interpreted through content analysis (CA) (Bardin, 2016), a set of tools that infer knowledge about the production and reception of messages. The results demonstrate that Instagram, by privileging image and the display of everyday life, beauty, and success, functions as a powerful agent in spreading hegemonic aesthetic standards, negatively influencing self-image. The pursuit of aesthetic procedures is driven by the desire to fit in (Valin et al., 2025) and by aesthetic dissatisfaction, a strong impulse stemming from the omnipresence of social media. Injectable procedures, such as botulinum toxin and hyaluronic acid, are the most sought after worldwide and in Brazil for this age group, highlighting the search for a face with perfect asymmetry and the fear of aging. The analysis points out that the trivialization of aesthetic procedures occurred through digital media, with the risk of body dysmorphia and the need to constantly transform the body in search of acceptance that proves to be unattainable. The daily and permanent use of social networks confirms the indication of their influence on shaping the social behaviors of young people.
Keywords: Youth, Social Networks, Aesthetics, Instagram, Self-image.

Keywords: Youth. Social media. Aesthetics. Instagram. Self-image.

1 INTRODUÇÃO

A sociedade contemporânea, definida pela modernidade líquida, é caracterizada pelo consumismo exacerbado e pelo culto ao corpo como objeto de valorização central. Segundo Bauman Z (2001), esse cenário impõe a beleza como um dever moral ditado pela indústria cultural, transformando o corpo em um elemento a ser moldado conforme padrões vigentes. Nesse contexto, a juventude torna-se o alvo principal de estigmas estéticos, enfrentando pressões constantes para se adequar a ideais muitas vezes inalcançáveis.

A insatisfação com a própria imagem tem se tornado frequente entre os jovens, intensificando vulnerabilidades, distorções de imagem e problemas de saúde mental. Conforme Lopes AF e Mendonça ES (2016), qualquer desvio do padrão estabelecido pode resultar em exclusão social e sentimentos de insuficiência. As redes sociais deixaram de ser apenas

ferramentas de comunicação para se tornarem dispositivos culturais onde as identidades são construídas sob a influência direta de estímulos da mídia e do universo online.

Essa dinâmica é reforçada por modelos de padrão social impostos pela cultura midiática, que definem estilos de vida e comportamentos a serem seguidos de forma direta ou indireta pela juventude (VASCONCELOS C, 2019).

Diferente da chamada juventude analógica da década de 1960 e 1970, que utilizava suportes físicos para expressar sua rebeldia e identidade, a juventude contemporânea utiliza ferramentas digitais globais que ampliam o alcance de seus manifestos e interações (BIAGI OL, 2013).

As plataformas digitais, especialmente o Instagram, atuam como agentes poderosos na disseminação de padrões de beleza hegemônicos, muitas vezes irreais e manipulados por filtros. Segundo Nascimento LF (2020), as tecnologias digitais infiltraram-se de tal forma na vida social que o próprio funcionamento da sociedade passou a depender desses dispositivos, que agora processam informações detalhadas sobre o cotidiano. Essa exposição contínua gera incertezas e pressiona os indivíduos a buscarem procedimentos estéticos como via de aceitação.

Nesse cenário de fluidez, a juventude deixa de ser uma categoria universal e passa a ser entendida como uma construção histórica e social heterogênea (SOUZA C e PAIVA IL, 2012). Observa-se a imposição de uma utopia do antienvelhecimento, na qual a sociedade de consumo promove a negação do tempo como uma meta social, tornando os jovens alvos de uma falsa ideia de rejuvenescimento perpétuo.

Este estudo justifica-se pela necessidade de compreender os impactos psicológicos dessa cultura visual na juventude contemporânea. O objetivo desta pesquisa é analisar como a influência do Instagram na autoimagem manifesta-se na busca crescente por intervenções estéticas, abordando a lacuna entre a percepção real e a imagem idealizada digitalmente.

2 MÉTODOS

Esta pesquisa caracteriza-se como um estudo de abordagem qualitativa, a qual é compreendida como um campo vasto que utiliza múltiplas técnicas para descrever e compreender os significados de fenômenos complexos que atravessam diversas áreas do conhecimento. A investigação associou a pesquisa bibliográfica à pesquisa exploratória. A etapa bibliográfica foi essencial para o levantamento e análise de materiais já publicados, permitindo identificar semelhanças e divergências teóricas sobre o tema. Já a pesquisa exploratória serviu

como um passo inicial fundamental para a familiarização com a problemática da influência digital na estética, possibilitando a formulação das hipóteses que nortearam o estudo.

Como recurso metodológico para a coleta de dados primários, foram realizadas entrevistas semiestruturadas com três mulheres jovens, com idades entre 22 e 25 anos. O critério de seleção baseou-se na faixa etária e no uso assíduo da rede social Instagram. O instrumento de coleta consistiu em um roteiro flexível com perguntas abertas, o que possibilitou um contato mais próximo e significativo entre pesquisador e respondente. Diferente de questionários rígidos, essa estrutura permitiu que as participantes se expressassem de forma espontânea e detalhada, garantindo a obtenção de dados mais ricos sobre a percepção da autoimagem.

Para o tratamento e a interpretação do material coletado, utilizou-se a Análise de Conteúdo (AC) conforme os procedimentos sistemáticos de Bardin L (2016). Esta metodologia consiste em um conjunto de instrumentos que permitem inferir conhecimentos relativos às condições de produção e de recepção das mensagens por meio de indicadores qualitativos. O estudo seguiu rigorosamente os critérios éticos de autorização institucional para levantamento de dados com fins acadêmicos. A fim de preservar a privacidade das voluntárias, foi garantido o anonimato total, sendo as participantes identificadas no corpo do texto apenas pelas siglas ET 01, ET 02 e ET 03.

3 RESULTADOS

A pesquisa contou com a participação de três mulheres jovens, com idades entre 22 e 25 anos, que se autodeclararam como branca (uma participante) e pardas (duas participantes). Todas as entrevistadas confirmaram ser usuárias assíduas do Instagram, com acesso diário à plataforma em múltiplos períodos do dia, sendo identificadas neste estudo como Entrevistadas (ET) (Tabela 1).

Tabela 1 – Caracterização das jovens entrevistadas e frequência de uso da rede social Instagram.

Nomes	Idade	Autodeclaração	Frequência de Uso
ET 01	22 anos	Branca	Diária (ao menos 1 vez)
ET 02	25 anos	Parda	Diária (Manhã, tarde e noite)
ET 03	24 anos	Parda	Diária

Fonte: PINHEIRO TRM e RODRIGUES NETTO M, 2026.

Em relação às motivações para a realização de procedimentos estéticos, as entrevistadas indicaram a busca por "maior satisfação com a aparência" (ET 01), "vontade de mudar o visual"

(ET 02) e "insatisfação estética" (ET 03). Sobre o nível de satisfação com os resultados, duas participantes declararam-se satisfeitas, enquanto uma manifestou a intenção de realizar novas intervenções corporais assim que houver disponibilidade financeira (Tabela 1).

Quanto à percepção sobre a influência das mídias sociais, as participantes confirmaram que o ambiente digital incentiva a busca por procedimentos. A participante ET 01 apontou que ocorre uma banalização das intervenções estéticas por meio das redes sociais, alavancando a procura mesmo em casos em que não haveria uma necessidade real (Tabela 1).

Ao serem questionadas sobre o envelhecimento, as participantes ET 02 e ET 03 manifestaram preocupação com os efeitos do tempo em seus corpos, indicando que pretendem recorrer a plásticas e novos procedimentos estéticos como solução para essas alterações futuras. Em contrapartida, a participante ET 01 demonstrou uma postura de aceitação maior, embora admita a realização de procedimentos preventivos dentro de limites que considera essenciais (Tabela 1).

Sobre o tipo de conteúdo consumido, a participante ET 03 ressaltou a exposição constante de corpos extremamente magros e a recorrência de elogios a esse padrão dentro da rede social. Complementarmente, a entrevistada ET 01 afirmou perceber a idealização de uma beleza considerada por ela como 'irreal e artificial', fruto de comparações constantes entre os usuários da plataforma (Tabela 1).

4 DISCUSSÃO

Os resultados obtidos confirmam que a imersão cotidiana no Instagram molda a percepção de mundo das jovens entrevistadas. O acesso diário e frequente relatado pelas participantes corrobora a tese de Nunes BF e Weller W (2006), que apresentam os estímulos digitais como produtores centrais de visões de mundo na juventude contemporânea. Essa onipresença das redes sociais não apenas facilita a comunicação, mas atua como um dispositivo cultural que dita padrões de comportamento e estética.

A motivação relatada pelas jovens para a realização de procedimentos estéticos, como a busca por "satisfação com a aparência" e o desejo de "mudar o visual", reflete a lógica da modernidade líquida descrita por Bauman Z (2001). Segundo o autor, o corpo tornou-se um objeto de valorização contínua que deve ser moldado aos padrões vigentes, transformando a beleza em um "dever moral" imposto pela sociedade. Essa pressão é evidenciada na fala da entrevistada ET 01 sobre a banalização das intervenções, o que Lopes AF e Mendonça ES (2016)

identificam como uma busca por ideais inalcançáveis que, quando não atingidos, geram sentimentos de exclusão e insuficiência.

Nesse sentido, a influência do Instagram sobre a juventude ultrapassa a simples exposição tecnológica. Segundo Jenkins H (2015), vivemos na Cultura da Convergência, onde as práticas sociais em torno das tecnologias moldam novos protocolos culturais. O Instagram, ao funcionar sob a lógica da cultura participativa, permite que as próprias usuárias procurem conteúdos e busquem validação, transformando a rede em um dispositivo de construção identitária coletiva que intensifica as pressões estéticas mencionadas pelas entrevistadas.

A disparidade nos níveis de satisfação e o desejo de continuidade de procedimentos entre as entrevistadas pardas (ET 02 e ET 03) em comparação à entrevistada branca (ET 01) trazem à tona a discussão sobre padrões eurocêntricos de beleza. Conforme Santos GR (2010), a marginalização de traços não europeus pode afetar profundamente a autoestima de mulheres negras e pardas, levando a uma luta constante contra as próprias características naturais. Esse fenômeno é potencializado pelo Instagram, que, segundo Ribeiro MA, et al. (2025), privilegia padrões hegemônicos de magreza e traços finos, intensificando a insatisfação corporal feminina.

A interpretação desses achados sugere que a "estética fast", termo que remete ao consumo imediato e volátil de tendências corporais, está consolidada na juventude. As principais implicações deste estudo apontam para um risco crescente de dismorfia corporal, onde o uso de filtros e edições digitais cria uma lacuna intransponível entre a imagem real e a idealizada (Filho, 2024).

A percepção da entrevistada ET 01 sobre a banalização dos procedimentos estéticos, impulsionada pelas mídias digitais, encontra respaldo teórico nas críticas de Adorno TW e Horkheimer M (2002). Os filósofos argumentam que a Indústria Cultural promove uma homogeneização e padronização da cultura, onde a subjetividade é substituída por fórmulas previsíveis voltadas ao consumo em massa.

Ao afirmar que se idealizou uma beleza irreal e artificial, a participante ET 01 expõe a eficácia do sistema de estilização no qual o público se torna um consumidor passivo de imagens fabricadas, perdendo a capacidade de expressar sua verdadeira originalidade. Essa busca pelo inalcançável, potencializada pelo uso de algoritmos e filtros que harmonizam artificialmente as expressões, consolida a beleza como um dever moral imposto pelo mercado. Dessa maneira, a vivência da entrevistada comprova na prática que a estética contemporânea opera sob uma

lógica de produção em massa que sufoca a diversidade em favor de uma vitrine de perfeição artificial (ADORNO TW e HORKHEIMER M, 2002).

A mídia atua como o principal agente na consolidação de modelos estéticos, utilizando mecanismos de sedução baseados em imagens de figuras públicas, como atrizes e modelos, para definir o que é considerado um corpo ideal. Esses estereótipos estabelecem diretrizes de consumo e aparência que frequentemente ignoram a diversidade natural da população, impondo um padrão de sucesso associado a ser branca, magra e com longos cabelos lisos. Essa padronização forçada desconsidera a realidade miscigenada brasileira, transformando a busca por uma aparência inalcançável em uma fonte de frustração e um motor contínuo para o mercado da estética (Netto & e Barbão, 2021).

A imagem de perfeição vendida pelas redes sociais é conseguida por meio da aplicação de filtros que suavizam e harmonizam de forma artificial a expressão natural das pessoas e alteram suas proporções corporais. A imagem a seguir extraída da reportagem mostra uma jovem com sua fotografia natural e outra com aplicação de filtro.

Figura 1 – Uso de filtros nas imagens



Fonte: Diário da Guanabara (2025)

Conforme o site da revista Viva Bem mostrou em uma reportagem, quanto mais tempo uma pessoa passa na rede social, mais ela está propensa a ter desejo de realizar procedimentos estéticos. As pessoas passam muito tempo nas redes consumindo estas ideias e quando saem estão inebriadas com esse conteúdo e todos os produtos e serviços que o cercam como dietas para emagrecimento, academias e logicamente procedimentos estéticos.

Figura 2 – Jovens frequentam cada vez mais academias



Fonte: Viva Bem (2024)

> Esse é um fenômeno que tem sido observado na prática. Temos notado o aumento significativo no número de pacientes que buscam procedimentos para alcançar um padrão de beleza muitas vezes idealizado. Eles estão constantemente em busca de pele sem poros, sem rugas nem olheiras, corpo perfeito, sem celulite, flacidez e com o abdômen definido. Além disso, com o uso crescente de plataformas de videoconferência, as pessoas se veem constantemente na câmera, o que intensifica a autocrítica em relação à própria aparência (Viva Bem, 2024).

A reportagem do site Viva Bem se baseou no estudo publicado em 2024 intitulado "*Effects of the Covid-19 pandemic on patient social media use and acceptance of cosmectic procedures*", sendo o título em português: "Efeitos da pandemia de Covid-19 no uso de mídias sociais por pacientes e na aceitação de procedimentos estéticos". O estudo da Universidade de Boston, Estados Unidos saiu no Journal of Clinical and Aesthetic Dermatology. A autoria é do Dr. Khan Garza. Conforme o estudo:

> Our findings suggest that time spent on social media platforms as well as the usage of filters and third-party editing applications are contributors to the desire to attain a cosmetic procedure. We advise that cosmetic practitioners discuss social media and video platform usage with their patients to understand their desire for a cosmetic procedure as well as their anticipated results. The usage of social media will only continue; therefore, medicine must adapt to coexist so we can effectively serve patients[3] (Garza et al, 2024).

O crescimento expressivo na busca por intervenções estéticas relatado pelas entrevistadas reflete uma tendência consolidada no cenário brasileiro. De acordo com a

[3] Em português: Nossos resultados sugerem que o tempo gasto em plataformas de mídia social, bem como o uso de filtros e aplicativos de edição de terceiros, contribuem para o desejo de se submeter a um procedimento estético. Recomendamos que os profissionais da área estética conversem com seus pacientes sobre o uso de mídias sociais e plataformas de vídeo para entender o desejo deles por um procedimento estético, bem como os resultados esperados. O uso das mídias sociais só tende a aumentar; portanto, a medicina precisa se adaptar para coexistir e, assim, podermos atender nossos pacientes com eficácia.

International Society of Aesthetic Plastic Surgery (ISAPS, 2024), houve um aumento superior a 44,1% na procura por procedimentos injetáveis entre os anos de 2020 e 2024. No Brasil, a aplicação de toxina botulínica, o Botox, consolidou-se como o procedimento não cirúrgico mais realizado, totalizando 351 mil casos, o que representa 45,7% de todas as intervenções estéticas no país. Este fenômeno é particularmente visível na juventude, sendo uma escolha frequente já a partir dos 18 anos, evidenciando uma busca precoce pela assimetria facial perfeita e a contenção de sinais de envelhecimento.

Essa realidade estatística está intrinsecamente ligada à mudança de percepção sobre o corpo na contemporaneidade. A imagem de um corpo magro e jovem deixou de ser apenas um ideal estético para se tornar um símbolo central de sucesso e bem-estar entre a juventude. Nesse contexto, as jovens internalizam a ideia de que a aceitação social e o êxito em diversas esferas da vida dependem da adequação a essa aparência, transformando o cuidado físico em um "dever moral" imposto pela sociedade de consumo e pela indústria da beleza.

Fundamentando essa discussão sobre o "dever de beleza", Bohm C (2004) explica que o padrão estético atual é representado imageticamente por modelos extremamente magras que sugerem satisfação e realização pessoal. Para a autora, essa busca ininterrupta alude a uma juventude eterna que foi transformada em produto de mercado, motivando mulheres a buscarem clínicas de estética cada vez mais cedo. O corpo, portanto, deixa de ser uma forma biológica para se tornar uma vitrine de perfeição e saúde que deve ser constantemente moldada aos padrões vigentes para garantir a inclusão social.

Por fim, a imersão no Instagram atua como o motor que potencializa essa atualização constante da imagem. De acordo com o conceito de cibercultura de Lévy P (1999), a comunicação online e o ciberespaço não anulam o mundo real, mas funcionam como um complemento que multiplica as oportunidades de "atualização" do eu. Nessas plataformas, a construção de uma identidade digital é vista como uma extensão do próprio indivíduo, onde a busca por visibilidade e a necessidade de ser notado o que o autor descreve como a atualização contínua do ser impulsionam as interações e consolidam a autoridade estética perante os pares.

Como limitações, destaca-se o tamanho reduzido da amostra, que impossibilita a generalização dos dados para toda a população juvenil brasileira. Para novos caminhos de pesquisa, sugere-se a realização de mais estudos e pesquisas que analisem o impacto psicológico a longo prazo dessas intervenções estéticas precoces, bem como a investigação de como

algoritmos de Inteligência Artificial podem estar automatizando e reforçando esses mesmos padrões de exclusão (MACHADO M E ZANINI MC 2025).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo focado na juventude contemporânea atrelado as redes sociais e suas influências para este grupo, buscou compreender a relação entre a influência do Instagram e a insatisfação com a autoimagem, explorando como este aplicativo impulsiona a busca por procedimentos estéticos na juventude do século atual. A pesquisa contextualizou a juventude imersa na sociedade pós-moderna (Bauman, 2001), caracterizada pelo consumismo e pelo culto ao corpo, onde a beleza é imposta como uma obrigação social pela indústria cultural.

A análise revelou que plataformas digitais, como o Instagram, funcionam como agentes poderosos na disseminação de padrões de beleza hegemônicos, privilegiando uma imagem idealizada, perfeita e de sucesso. Esta exposição contínua atua como um forte impulso para os consultórios de estética, exacerbando a insatisfação com o físico e a busca incessante por intervenções. A insatisfação estética e o desejo de mudar o visual foram as principais motivações identificadas entre as jovens entrevistadas. Verificou-se que a toxina botulínica e o ácido hialurônico são os procedimentos injetáveis mais procurados mundialmente e no Brasil por esta faixa etária, o que reflete na busca por um rosto com a assimetria perfeita e o medo de envelhecer. O uso diário e permanente das redes pelas jovens confirma a influência que elas exercem sobre os comportamentos sociais.

Os resultados apontam para a banalização dos procedimentos estéticos por meio das mídias digitais, o que pode levar a um quadro de dismorfia corporal e à necessidade contínua de transformações na busca por uma aceitação que se mostra inatingível. Conclui-se que o trabalho atinge seu objetivo ao evidenciar a necessidade premente de conscientização social e política para promover uma autoimagem mais saudável e questionar os padrões de beleza impostos pela sociedade de consumo. A superação do medo de envelhecer, frequentemente solucionado por procedimentos estéticos, sugere que a luta pela aceitação da identidade permanece, mas agora transposta para o domínio digital, onde as transformações são vistas como mercadorias, e o corpo, transformado em vitrines de perfeição.

REFERÊNCIAS

ADORNO TW, HORKHEIMER M. A indústria cultural: o iluminismo como mistificação de massas. In: LIMA LC. **Teoria da cultura de massa.** São Paulo: Paz e Terra, 2002.

BARDIN L. **Análise de Conteúdo.** Tradução de Luís Antero Reto e Augusto Pinheiro. Lisboa: Edições 70, 2016.

BAUMAN Z. **Modernidade líquida.** Tradução de Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor Ltda., 2001.

BIAGI OL. Juventude e Rebeldia nos Anos 60 e 70 do Século XX-A Problemática do Conceito de Contracultura. **Momentum**, 2013.

BOHM C. **Um peso, uma medida. O padrão de beleza feminina apresentado por três revistas brasileiras.** São Paulo: Uniban, 2004

FILHO HM. **A luta contra o tempo: envelhecimento procedimentos estéticos e a psicologia junguiana.** 2024.

ISAPS. Sociedade Internacional de Cirurgia Plástica Estética. **O mais recente estudo internacional demonstra crescimento mundial em cirurgia estética.** 2024.

JENKINS H. **Cultura da Convergência.** São Paulo: Editora Aleph, 2015.

LÉVY P. **Cibercultura.** Tradução de Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Editora 34, 1999.

LOPES AF, MENDONÇA ES. Ser jovem, ser belo: a juventude sob holofotes na sociedade contemporânea. **Revista Subjetividades**, 2016; 16.

MACHADO M, ZANINI MC. A algoritmização da beleza: poder, padronizações e a proliferação da harmonização facial em tempos de IA. Revista **Linguagem em Foco**, 2025.

NASCIMENTO LF. **Sociologia digital**: uma breve introdução. Salvador: Edufba, 2020.

NETTO MR, BARBÃO DA. Política Editorial e Padronização da Beleza: O Enquadramento da Mulher Sob Efeito Midiático. In: NETTO MR (Org.). **Políticas Públicas, Mídia & Sociedade: Debates Contemporâneos.** São Paulo: Bookerfield, 2021; p. 104-117.

NUNES BF, WELLER W. A juventude no contexto social contemporâneo. **Estudos de sociologia**, 2006; 2.

RIBEIRO MA, et al. O impacto das redes sociais na saúde mental feminina por pressão estética. **Revista Foco**, 2025; 18.

SANTOS GR. **O não lugar da mulher negra na sociedade brasileira: em busca de uma nova perspectiva.** IX Encontro Latino Americano de Iniciação Científica e V Encontro Latino Americano de Pós-Graduação – Universidade do Vale do Paraíba. Araraquara/SP: Edunesp, 2010.

SOUZA C, PAIVA IL. Faces da juventude brasileira: entre o ideal e o real. **Estudos de Psicologia** (Natal), 2012; 17.

VASCONCELOS C. **A formação da cultura política dos jovens: a influência das redes sociais em contextos socioeconômicos desiguais**, 2019.

VALIN, Nicolli Caroline Sulzle; PENTEADO, Camila Valéria da Silva; COLACITE, Jean. **Impacto das mídias sociais na demanda por procedimentos estéticos farmacêuticos:** uma revisão bibliográfica. *Brazilian Journal of Health Review*, 2025