

**Exposição no *Instagram* e as cirurgias plásticas em mulheres jovens:
uma análise do perfil da atriz Giovanna Chaves**

**Instagram exposure and plastic surgery in young women:
an analysis of the profile of actress Giovanna Chaves**

Julia Fernandes FRAGA⁵⁷
Riverson RIOS⁵⁸

RESUMO

O presente estudo quer analisar a influência das redes sociais nas opções por cirurgias plásticas, a partir da exposição desses procedimentos, realizados por uma pessoa pública com grande alcance de audiência, sobretudo jovem. As motivações, perfil, alcance e processo comunicativo envolvidos nessa dinâmica, mediados pelo aplicativo *Instagram*, foram estudados pela Análise de Discurso, em duas publicações da atriz Giovanna Chaves e os respectivos comentários na rede social citada, incluindo o período anterior e durante a cirurgia de lipo HD. Assim, concluiu-se que o *Instagram* amplifica o ver/ser visto, alimenta comparações e dá permissão à intromissão de terceiros em vidas alheias.

PALAVRAS-CHAVE

Cirurgias plásticas; rede social; mulheres; jovens; exposição.

ABSTRACT

The present study aims to analyze the influence of social networks on the options for plastic surgery, based on the exposure of these procedures, performed by a public person with a large audience reach, especially young people. The motivations, profile, reach and communicative process involved in this dynamic, mediated by the Instagram application, were studied by the Discourse Analysis, in two publications by the actress Giovanna Chaves and the respective comments on the aforementioned social network, including the period before and during the surgery of lipo hd. Thus, it was concluded that Instagram amplifies seeing/being seen, feeds comparisons and gives permission for third parties to interfere in other people's lives.

KEYWORDS

Plastic surgery; social network; women; young; exposure.

⁵⁷ Estudante do Curso de Jornalismo do Instituto de Cultura e Arte da Universidade Federal do Ceará (ICA/UFC). E-mail: fragajulia@alu.ufc.br

⁵⁸ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo do Instituto de Cultura e Arte da Universidade Federal do Ceará (ICA/UFC). E-mail: riverson@ufc.br

INTRODUÇÃO

As redes sociais, agrupamentos construídos pela interação mútua entre os sujeitos, seja online ou off-line, operam em plataformas, tornando suas conexões mais estáveis e possibilitando o registro e extração de dados, o que converte os espaços virtuais em relevantes campos de pesquisa (RECUERO *et al.*, 2015). Nesse sentido, as influências da revolução tecnológico-midiática vão além das mudanças nos modelos de comunicação, refletindo, *deleuzianamente*, uma nova configuração social, exercida a partir de um poder constante e de uma comunicação rápida e contínua, os quais seriam indícios da emergência de uma sociedade de controle (LEITZKE; RIGO, 2020).

Para quem está inserido no universo das redes sociais, esse controle relaciona-se diretamente com a contemplação de imagens, especialmente de corpos humanos, que prezam pelo que é tido atualmente como padrão de beleza feminino. Ambientadas em locais desejáveis e mostrando pessoas consideradas bonitas, as fotos e vídeos costumam trazer à mente uma ideia de ‘perfeição’. No entanto, essas representações no ambiente virtual contam com o forte auxílio de editores de imagens e de procedimentos estéticos.

Aderir ao uso de cremes, tratamentos estéticos e cirurgias plásticas, buscando se encaixar ao padrão estabelecido, eram práticas comuns para pessoas famosas, porém, hoje, com o amplo uso da rede social *Instagram* e a crescente onda de *digital influencers*, o emprego dessas técnicas está intensificado e tem afetado uma geração cada vez mais jovem⁵⁹ de pessoas.

Em análise ainda do início dos anos 2000, Caetano (2005) questionava até que ponto um adolescente era responsável pela própria identidade corporal e em que medida ele estaria sendo influenciado pelas mídias. Nesse momento, a constante exposição nas redes sociais a imagens que estimulam a busca pelo ‘corpo perfeito’, deixa de ser um desejo de satisfação com o próprio corpo e passa a comunicar um desejo pela aceitação social.

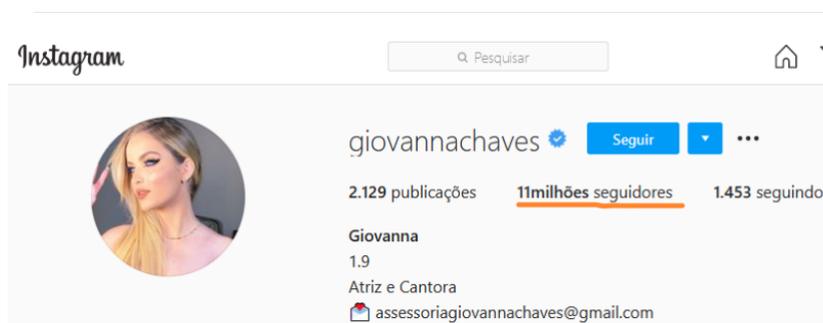
Pensando essa questão, o presente estudo se utilizou das técnicas da Análise do Discurso para observar o comportamento comunicativo na rede social *Instagram*, de uma influenciadora jovem e seus seguidores, perante a realização da cirurgia plástica ‘lipo HD’. Foram observadas e problematizadas duas publicações da *influencer* (anterior e pós-cirurgia) e os respectivos

⁵⁹ Disponível em: <https://jornal.usp.br/atualidades/cresceu-mais-de-140-o-numero-de-procedimentos-esteticos-em-jovens-nos-ultimos-dez-anos/> Acesso em: 31 jan. 2023.

comentários dos seguidores. O perfil selecionado é o da atriz Giovanna Chaves e deve-se a decisão dela em submeter-se, aos 18 anos, a citada cirurgia plástica, bem como ao grande número de seguidores que a figura pública possui em sua rede (Fig. 1).

O trabalho se organiza, então, com a breve apresentação da biografia da atriz, a teorização da influência das redes sociais na opção dos jovens pela cirurgia plástica e finaliza com a análise de caso.

Figura 1: *Print screen* da ‘bio’ da atriz na rede social *Instagram*



BIOGRAFIA DE GIOVANNA CHAVES

Giovanna Júly Lopes Chaves ou, simplesmente, Giovanna Chaves (Fig. 2), é cantora, atriz, dubladora, escritora e *influencer digital* que ficou conhecida ao viver a personagem Priscila na novela infantil ‘Cúmplices de Um Resgate’ (SBT, 2015/2016). Nascida em dezembro de 2001, em São Paulo, participou ainda bebê da gravação de um DVD ao lado do apresentador Gugu Liberato. A partir daí, fez desfiles e atuou como modelo fotográfica. Em 2012, disputou o programa ‘Ídolos Kids’ na *Record TV* e como cantora integrou a trilha sonora de ‘Chiquititas’ (SBT, 2013/2015), lançando também álbuns e singles (2014/2017). No cinema, dublou a Smurflor de ‘Os Smurfs e a Vila Perdida’ e interpretou Cristiane Cardoso em ‘Nada a Perder’⁶⁰.

⁶⁰ Página dedicada a Giovanna Chaves no site de celebridades *Purepeople*. Disponível em: https://www.purepeople.com.br/famosos/giovanna-chaves_p554024 Acesso em: 22 de mar. 2021.

Figura 2: Foto da atriz Giovanna Chaves, retirada de seu perfil no *Instagram*



INSTAGRAM E A INFLUÊNCIA DA MÍDIA NA COMPREENSÃO CORPORAL

A mídia, e mais precisamente as redes sociais, detém um enorme poder de persuasão sobre a sociedade, tendo influência no que é visto como desejo de consumo pela população. Ela alcança todas as classes sociais, de diferentes formas, e incentiva o indivíduo, dentro de suas possibilidades econômicas, a atingir o modelo preconizado (MURARI; DORNELLES, 2018). Com o padrão corporal/de beleza se percebe que não é diferente. Cotidianamente um determinado tipo corporal é exibido: único, branco, jovem, musculoso e, especialmente no caso do corpo feminino, magro. Aqui, a internet e suas ferramentas têm se mostrado as maiores responsáveis pela divulgação dos arquétipos de beleza vigentes.

No *Instagram*, ao compartilharem suas imagens, os indivíduos buscam controlar, ainda que inconscientemente, uns aos outros e a si mesmos, por meio de enunciados vinculados a práticas de confissão, intervenção e manipulação do corpo, relações entre corpo, saúde e beleza, estratégias de manutenção da saúde e normalização dos sujeitos, prescrição, responsabilização e criação de desejos (LEITZKE; RIGO, 2020). Os meios de comunicação, em geral, enfatizam estas práticas, dando uma espécie de certificado para quem as segue, valorizando a atitude com a massificação do uso da imagem das mesmas (ROSAS CABRAL; VANDRESEN, 2019).

Tomando o cenário brasileiro para entender a situação, vemos que o corpo é um capital no qual se investe esperando um retorno. Desse modo, não surpreende entender como, em recente

pesquisa⁶¹, o Brasil ocupa a 2ª posição, atrás apenas dos EUA, em número de usuários do *Instagram*. O aplicativo permite o compartilhamento de fotos e vídeos, bem como a integração com outros *apps*. Entre as suas funcionalidades estão a aplicação de filtros, os recursos conhecidos como *Boomerang*, *Stories*, *IGTV*, e recentemente o *Reels*, além das gravações e transmissões de vídeos ao vivo. Atualmente, o *Instagram* também é um dos principais veículos para a propaganda de empresas de todo o mundo⁶². Dentre várias redes sociais, ela se diferencia por ser uma das mais enfáticas com as imagens e o apelo estético (SEVERO, 2016).

Com impulsos dados por essa cultura, logo, o corpo é dotado de novos significados. Passa a ser visto como mercadoria, objeto de consumo e alvo de investimentos financeiros, simbólicos e afetivos (ROSAS CABRAL; VANDRESEN, 2019).

Cirurgia plástica e os jovens

As Nações Unidas definem “juventude” como a faixa etária que abrange pessoas entre os 15 e os 24 anos de idade. A experiência de ser jovem, porém, pode variar enormemente em todo o mundo. Por vezes, juventude é uma categoria fluida e mutável⁶³. Nessa fase, a percepção sobre o próprio corpo vai mudando, influenciada por fatores históricos, culturais, sociais e biológicos. Junta-se a isso a preocupação com questões de cuidados estéticos, sua imagem perante o grupo social do qual fazem parte e os modelos de beleza nos quais há uma desconsideração da subjetividade e uma supervalorização da imagem. Um culto narcísico ao corpo, vendido como objeto de consumo, onde mais importante, do que sentir e criar, é ter medidas perfeitas, dado o padrão de magreza e corpo torneado como ideal (MURARI; DORNELLIS, 2018).

Pesquisa de 2019 da Sociedade Internacional de Cirurgia Plástica Estética (ISAPS), revelou que, em 2018, foram registradas mais de 1 milhão 498 mil cirurgias plásticas estéticas no Brasil, além de mais de 969 mil procedimentos estéticos não-cirúrgicos⁶⁴. Desse total, 1,8% dos

⁶¹ Pesquisa sobre o Instagram no Brasil: dados de comportamento dos usuários, hábitos e preferências no uso do Instagram. Disponível em: <https://blog.opinionbox.com/pesquisa-instagram/> Acesso em: 25 mar. 2021.

⁶² Instagram. Disponível em: <https://canaltech.com.br/empresa/instagram/> Acesso em: 25 mar. 2021.

⁶³ Juventude no Brasil. Disponível em: <https://pt.unesco.org/fieldoffice/brasil/expertise/youth-brasil> Acesso em: 22 mar. 2021.

⁶⁴ Líder mundial. Disponível em: <http://www2.cirurgioplastica.org.br/blog/2020/02/13/lider-mundial/> Acesso em: 23 mar. 2021.

procedimentos foi realizado em pessoas de até 12 anos e 4,8% de 13 a 18 anos⁶⁵ enquanto o percentual para a faixa de 19 a 35 anos chegou a 34,7% do total⁶⁶. Dessa feita, Rosas Cabral e Vandresen (2019) apontam que as cirurgias e intervenções estéticas têm sido mostradas como simples, rápidas e eficazes, anteriormente até, a sugestões de tratamentos com nutricionistas e outras alternativas.

Mulheres e os padrões de beleza

A preocupação com a beleza sempre esteve presente nas mais diversas culturas e as mudanças que ocorrem em relação ao corpo e à beleza são simultâneas às mudanças políticas, sociais e culturais de cada época (ARAÚJO; MENESES, 2009). Assim, a partir da discussão dos valores, dos comportamentos e dos ideais do sistema patriarcal e da contemporaneidade, pode-se compreender que o processo de libertação e a aparente liberação do corpo das brasileiras, amplamente exibido na publicidade, na mídia e nas interações do dia a dia, esconde um “processo civilizador” (MURARI; DORNELLES, 2018). A liberdade do corpo feminino, apesar das lutas por emancipação, continua condicionada para que o corpo ideal seja alcançado. Por vezes, as mulheres entram em um processo de violência contra seus próprios corpos para atingirem uma dita perfeição, imersas em um mito da beleza (SILVA, 2017).

A tradução da violência simbólica é salientada em construções de grupos sociais, ou seja, de qualquer classe que domina e impõe uma cultura. Nesse caso, a cultura da beleza foi criada de acordo com construções sociais e difundida a diversas sociedades. Uma mulher que se acha doente de feiura feminina é convencida de que pode comprar tal cura com cosméticos e com a medicina das cirurgias plásticas (SILVA, 2017). Afunilar esse dado para meninas jovens, que podem se ver pressionadas a mudar por pressão externa, leva a entender como esse processo se torna cruel, pois o corpo reproduz sua relação social, biológica e física no espaço onde a pessoa está inserida.

ANÁLISE DE CASO

⁶⁵ Aumentou o número de cirurgias plásticas em adolescentes. Será mesmo? Disponível em: <http://www2.cirurgiaplastica.org.br/blog/2021/01/23/aumentou-o-numero-de-cirurgias-plasticas-em-adolescentes-sera-mesmo/> Acesso em: 22 mar. 2021.

⁶⁶ Faixa etária dos pacientes. Disponível em: http://www2.cirurgiaplastica.org.br/wp-content/uploads/2019/08/Apresentac%CC%A7a%CC%83o-Censo-2018_V3.pdf Acesso em: 22 mar. 2021.

Para estudar o exemplo da atriz Giovanna Chaves é necessário compreender que a influência social se torna materializada nos veículos midiáticos, nos comerciais, nas novelas, nos programas televisivos, e hoje, pela Internet, os quais apresentam a beleza e o corpo esguio e forte associado ao sucesso. Entende-se que esse padrão estético conduz as pessoas a uma aparente insatisfação crônica com seus corpos (MURARI; DORNELLES, 2018). A utilização de mulheres, transformadas em símbolos de beleza, torna-se importante, pois transmite a mensagem cultural da sociedade através da revista ou da tela do celular. Mulheres que têm sua imagem difundida pela mídia, atingindo um grande público, são exemplos de sucesso e, portanto, o melhor instrumento de mediação da mensagem de transformação corporal e especialmente do padrão corporal em voga na sociedade atual.⁶⁷

Lipoaspiração HD

O mercado das cirurgias plásticas encontra-se em constante evolução e modificação. A cada ano surgem novos procedimentos, modelos de próteses e marcas, na busca por consumidores e especialistas para promoverem a venda dessas mercadorias. A Lipoaspiração de alta definição enquadra-se nesse caso. Embora introduzida no Brasil por volta de 2015, a técnica se tornou popular, principalmente entre famosos, em 2020. A lipo HD/LAD consiste em um método mais preciso para remover gorduras e remodelar a silhueta, promovendo uma “alta definição” dos músculos. O procedimento é indicado para quem já está no peso ideal, pratica exercícios físicos regularmente e mantém alimentação saudável, porém não conquistou a desejada barriga “tanquinho”. A cirurgia tem duração média de 3 horas e como cuidados do pós-operatório o paciente necessita do uso de cintas e de sessões de drenagem linfática para minimizar inchaços.⁶⁸

Análise do Discurso

A metodologia que se mostrou mais adequada a esta pesquisa foi a Análise do Discurso. Em ‘Princípios e Procedimentos’, Orlandi (2005) traz que essa análise problematiza as maneiras de ler e leva o sujeito falante ou o leitor a se colocar questões sobre o que produz e o que ouve nas diferentes manifestações da linguagem. Ela trata do discurso tendo em si a ideia de

⁶⁷ Idem.

⁶⁸ Lipo HD: conheça mais sobre esse procedimento e suas vantagens. Disponível em: <https://www.lucianapepino.com.br/blog/lipo-hd/>. Acesso em: 22 mar. 2021.

movimento, a permanência e a continuidade quanto ao deslocamento e à transformação do homem e da realidade em que ele vive.

A Análise do Discurso se mostra útil também à interpretação das imagens, demonstrando que não há neutralidade nem mesmo no uso mais cotidiano dos signos. Ela não menospreza a força que a imagem tem na constituição do dizer, reforçando que os sentidos estão aquém e além das palavras. Na relação de forças, o lugar a partir do qual fala o sujeito é constitutivo do que ele diz. Por último, assume-se que nossa sociedade é constituída por relações hierarquizadas, de força, sustentadas no poder de diferentes lugares, que se fazem valer na “comunicação”⁶⁹.

Objeto

A observação que aqui se dá, leva em consideração, de início, as imagens do momento pré e pós-operatório (Fig. 3 e Fig. 4) de Giovanna Chaves, postadas pela atriz em 28 de outubro de 2020, tendo recebido quase 305 mil curtidas e 8 mil comentários à época. Já a Figura 5 é de uma foto postada em 22 de junho de 2020, quatro meses antes do procedimento, tendo alcançado mais de 220 mil curtidas e pouco mais de mil comentários.

Figura 3: *Print do post da atriz*



Figura 4: *Print da aba de comentários..*

⁶⁹ Idem.



Figura 5: *Print* do post da atriz.



Repercussão

Para Lipovetisky (1989), a moda tem ligação com o prazer de ver, mas também com o prazer de ser visto, de exhibir-se ao olhar do outro. Parafraseando o autor, podemos dizer que nas redes sociais impera esse mesmo desejo. Dessa feita, é esperado que os usuários de redes sociais, sobretudo o *Instagram*, estejam constantemente ‘alimentando’ seus perfis com fotos e vídeos pessoais, os quais relatam, principalmente, aspectos da vida privada dessas pessoas.

No caso específico de Giovanna Chaves, temos uma jovem com 11 milhões de seguidores na rede social, a qual publica, ela mesma ou uma equipe, imagens bem produzidas, em cenários diversos, com foco, geralmente, no corpo, em trajes de banho, ou no rosto da atriz. Ao percorrer essas publicações, vê-se o expressivo engajamento que elas recebem, não sendo diferente com as selecionadas para este artigo. Logo, examinando essas circunstâncias, é possível associar o estilo de publicações de Giovanna ao seu trabalho como atriz e modelo, e também influenciadora, cujo capital comum de investimento é o corpo.

Na contemporaneidade, as discussões envolvendo a compreensão corporal e sua exposição, com a ideia de substituir o corpo natural pelo corpo de consumo, perpassa o conceito de controlar, o colocando no mercado com a capacidade de consumir, ser consumido e remodelado. O corpo torna-se, então, uma matéria flexível, moldável às expectativas pessoais. (MELO *et al*, 2017). Dando sustentação a essa perspectiva, a mídia exalta modelos de realização, sucesso e felicidade, apresentando a cirurgia estética como um meio de adequação do indivíduo às exigências sociais contemporâneas. Do ponto de vista das cirurgias, elas são enxergadas como um projeto corporal, podendo ser realizado em etapas e até refeito, o que considera a noção fragmentária dele mesmo (MELO *et al*, 2017).

Estudo de Lira *et al*, publicado em 2017 e intitulado “Uso de redes sociais, influência da mídia e insatisfação com a imagem corporal de adolescentes brasileiras”, identificou que quase um quarto das meninas relatou se sentir influenciado pela mídia na percepção e relação com seus corpos, enaltecendo ‘o quanto ser magra é ser bonita’, ideal exemplificado por meio de imagens de modelos com barrigas “seca e trincada”. O estudo revelou, ainda, que as jovens que despendiam mais de 20 horas por semana na internet eram mais suscetíveis à insatisfação corporal.

Giovanna Chaves tinha 18 anos à época, possuía corpo dentro do padrão e mesmo assim submeteu-se ao procedimento estético amplamente difundido e reconhecido, porém invasivo. A decisão, segundo a própria, foi “a realização de um sonho” e mesmo “sendo nova” pensa que “nunca é cedo demais para mudar algo que incomoda ou que você não está feliz”⁷⁰. Assim sendo, a análise da Figura 3 - imagem que retrata alguns momentos da cirurgia de lipo hd da atriz – possibilita questionamentos acerca do quanto as adolescentes brasileiras, famosas ou não, estão sujeitas, pelo uso constante das redes sociais, à influenciar e serem influenciadas pelo apelo de um procedimento estético.

Parte dos comentários nas publicações selecionadas apoiavam a decisão da jovem influenciadora, com algumas das mulheres se comparando a ela: “Se vc precisa de lipo imagina eu (emoji chorando)”; “Se ta ruim pra ela que fez lipo HD, imagina pra nós amiga (emojis chorando de rir) só essa barriga pra mim já estava bom”; “(emojis aplaudindo). Parabéns pela coragem de expor e é isso mesmo temos que fazer coisas para nos sentirmos bem”; “Se isso te faz

⁷⁰ Giovanna Chaves revela que fará lipo e divide opiniões na web. Disponível em: <https://natelinha.uol.com.br/famosos/2020/10/21/giovanna-chaves-revela-que-fara-lipo-e-divide-opinioes-na-web-152895.php>. Acesso em: 25 mar. 2021.

feliz vai com tudo. Se eu tivesse Agrana que vc tem a única coisa de natural de mim seria meu DNA”.

Aqui se sobressai o discurso de aprimoramento individual e a produção de certos padrões de “normalidade” estética, profundamente marcados pelo gênero e por diferenças étnico-raciais, além de relativas ao “combate” ao envelhecimento (ROHDEN; SILVA, 2020). Em consonância, vemos a conformação desses seguidores como consumidores em um mercado cada vez mais pungente, no qual a relação de paciente-consumidor se estabelece entre clientes e médicos e existe a construção de narrativas públicas, em contextos midiáticos e globais, que demonstram as transformações envolvendo esses procedimentos.

Por outro lado, Giovanna também recebeu críticas⁷¹ tanto por sua idade quanto pela percepção de que “ela não precisaria”. Nas fotos selecionadas há comentários nesse sentido. “A garota tá se transformando na Barbie, como se já não houvesse necessidade o povo aplaude!!! Antes de mexer no corpo meche na mente!” ; “Oq q essa menina tinha pra tirar numa lipo lad?????”. “Que falta de responsabilidade com 11 milhões de pessoas” ; “Só expôs pq quer mídia. Talvez fez por isso também. E conseguiu. Rumo ao estilo cyber punk”.

Os posicionamentos transpostos acima, de ambos os lados, aparentemente não foram emitidos por adolescentes, fato que levanta dúvidas a exemplo de esse público seguir ou não a atriz, visto que é o nicho no qual ela está inserida; e se acompanhar, saber se apoiam ou criticam a atitude. Nesse sentido, vale mencionar que a mídia não é o único fator que influencia na satisfação ou insatisfação corporal, mas ela parece ser o principal agente influenciador negativo na imagem corporal de jovens e crianças (LIRA *et al*, 2017).

Contraponto interessante, trazido também na pesquisa de Lira *et al* (2017), é que a maior parte das adolescentes respondentes concordava ser necessário ter “força, foco e fé”, fazendo exercícios e se alimentando bem, para emagrecer e conquistar o ‘corpo-sonho de consumo’. Entretanto, o que se percebe atualmente é a crescente escolha das cirurgias e procedimentos estéticos como resposta às demandas, cada vez maiores, por agilidade e rapidez de resultados, as quais foram incorporadas pela sociedade devido às inovações tecnológicas: ‘Não dá para esperar

⁷¹ Giovanna Chaves desabafa sobre as pessoas acharem que ela está banalizando cirurgias plásticas: “Muito chateada”. Disponível em: <https://febreteen.com.br/2020/10/giovanna-chaves-desabafa-sobre-as-pessoas-acharem-que-ela-esta-banalizando-cirurgias-plasticas-muito-chateada/> Acesso em: 25 mar. 2021.

um ano pelos resultados na academia, eu quero aparecer no *Instagram*, com o corpo dos meus sonhos, hoje’.

Um último aspecto notado é a exposição, online, da vida privada e a consequente abertura que isso dá para que as pessoas emitam opiniões em vidas alheias. As tais não são produzidas de forma separada da vivência cotidiana dos criadores de conteúdo, contudo mostram distintas moralidades e posicionamentos. Esses surgem de processos de constituição dialógicos e relacionais, o que permite ver as publicações e comentários analisados não como simples expressão de preferências pessoais, mas de complexas interações sociais marcadas pelo desejo de diferenciação do outro e, sobretudo, de si mesmo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo buscou chamar a atenção para as consequências imediatas que um padrão de beleza constantemente apresentado nas mídias pode acarretar à existência, sobretudo, de mulheres jovens. Baseando-se no caso da atriz Giovanna Chaves foi possível constatar que o uso do *Instagram* amplifica o desejo de ver e ser visto, o que fortalece a indústria dos procedimentos estéticos para “sair bem na foto”. As tenras idades, inclusive, não parecem impedir essas escolhas, sendo sim, aceitável e normal para muitos.

É importante lembrar que abordamos aqui pessoas jovens, um público naturalmente propenso às incertezas e às suscetibilidades, portanto, um aprofundamento científico nessa área pode auxiliar no processo de conscientização sobre a temática, levando a discussão para dentro da escola. Sugere-se, também, como trabalhos futuros, voltar a atenção para o uso da comunicação e seus efeitos pela chamada ‘indústria da beleza’, além de novas buscas dos problemas causados por esses determinantes, procurando compreender sempre as múltiplas razões presentes. Além de aqui terem sido levantadas questões envolvendo a exposição massiva da imagem pessoal e com isso a possibilidade de intervenção externa em decisões de cunho privado.

REFERÊNCIAS

ARAUJO, E. M. N.; MENESES, J. R. de. Histórias e artificios da beleza feminina: a “batalha” contra o tempo Edna. In: COLÓQUIO INTERNACIONAL CIDADANIA CULTURAL: DIÁLOGOS DE GERAÇÕES, 4., 2009, Campina Grande. **Anais** [...]. Campina Grande: Edupeb. 2009.

- CAETANO, Gilson José. Influência da Mídia sobre o Corpo do Adolescente. *In: SEED. (Org.). Livro Didático Público de Educação Física*. Curitiba: Positivo, 2005. p. 215-232.
- LEITZKE, A. T. da S.; RIGO, L. C.. **Sociedade de Controle e Redes Sociais na Internet: #Saúde E #Corpo No Instagram**. Movimento, Porto Alegre, v. 26, p. 1-14, 2020.
- LIPOVETSKI, Gilles. **O império do efêmero: A moda e seu destino nas sociedades modernas**. Companhia das Letras, 1989.
- LIRA, A. G. *et al.* Uso de redes sociais, influência da mídia e insatisfação com a imagem corporal de adolescentes brasileiras. **Jornal Brasileiro de Psiquiatria**, v. 66, n. 3, jul. 2017.
- MELO, J. C. das C.; BATISTA, M. H. M.; ROSENDO, A. H. dos S.; FARIAS, S. A. de. Consumo da cirurgia plástica através da vaidade. **Cadernos Cajuína**, v. 3, n. 2, p.102-112, 2017.
- MURARI, K. S.; Dorneles, P. P. Uma revisão acerca do padrão de autoimagem em adolescentes. **R. Perspect. Ci. e Saúde**, v. 3, n. 1, p. 155-168, 2018.
- ORLANDI, Eni P. **Análise de Discurso – Princípios e Procedimentos**. Campinas: Pontes, 2005.
- RECUERO, R.; BASTOS, M.; ZAGO, G. **Análise de redes para mídia social**. Porto Alegre: Sulina, 2015.
- ROHDEN, F.; SILVA, J. B. da. “Se não for pra causar nem quero”: a visibilidade das transformações corporais e a produção de feminilidades por meio das cirurgias plásticas. **Cadernos Pagu**, n. Cad. Pagu, v. 59, 2020.
- ROSAS CABRAL, A.; VANDRESEN, M. Revista Feminina e a Cultura de Narciso: Anotações Sobre a Construção do Corpo. **DAPesquisa**, Florianópolis, v. 3, n. 5, p. 471-476, 2019.
- SEVERO, Mariana Leoratto. O Corpo Modificado Cirurgicamente e a Felicidade Feminina: Uma Análise do Perfil @minhacirurgiaplastica no Instagram. *In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO*, 39., 2016, São Paulo. **Anais [...]**. São Paulo: Intercom, 2016.
- SILVA, Kátia Marina de Matos. “**Ao invés de malhar é melhor tirar?**” Uma etnografia sobre cirurgias plásticas. Brasília: UnB, 2017.