



---

**RESUMO EXPANDIDO**

---

**PROCEDIMENTOS ESTETICOS FACIAIS EM MULHERES URUGUAIAS: O QUE BUSCAM?****FACIAL AESTHETIC PROCEDURES IN URUGUAYAN WOMEN: WHAT ARE THEY LOOKING FOR?**Milagros Collazo<sup>1</sup>Denisse Hartwig<sup>2</sup>Oscar Jacobo<sup>3</sup>**RESUMO**

**Introdução:** Os traços faciais são uma fonte primária de comunicação não verbal, sendo o mais dinâmico e expressivo que possuímos. Apesar de o conceito de beleza ser ambíguo e subjetivo, existem características faciais únicas que favorecem ou se aproximam dessa ideia. Como cirurgiões plásticos, é um desafio diário avaliar as necessidades e desejos de cada paciente. Na última década, houve um aumento e maior aceitação do número de procedimentos estéticos, em parte devido à maior exposição proporcionada pelas redes sociais na percepção da autoimagem. **Objetivos:** O objetivo é conhecer os desejos e impulsos das mulheres uruguaianas ao realizar procedimentos estéticos faciais. Determinar o nível de informação sobre esses procedimentos, o grau de aceitação da cirurgia estética, identificar os tratamentos mais desejados e realizados, e conhecer se esses procedimentos tiveram impacto na autoestima. Além disso, buscamos definir o papel das redes sociais no nosso meio. **Materiais e métodos:** Questionário de participação voluntária, anônima e confidencial, com divulgação pelas redes sociais. A população alvo foram mulheres uruguaianas com mais de 15 anos. Foram realizadas 41 perguntas sobre dados demográficos, desejos e realização de procedimentos estéticos, motivos, melhorias na autoestima, busca por profissionais, ideais de beleza e a influência das redes sociais. Foram coletados 1069 dados. Algumas variáveis foram representadas por meio de frequência absoluta e relativa percentual. As tendências nas respostas de tipo Likert ou dicotômicas foram testadas através do teste de Jonckheere-Terpstra. **Resultados:** Mais de 50% das mulheres se consideravam informadas ou muito informadas sobre procedimentos estéticos (42,57% informadas e 10,7% muito informadas), e 63,14% das informações provinham das redes sociais, com uma queda estatisticamente significativa conforme aumenta a idade. Houve uma aceitação favorável ou muito favorável da cirurgia plástica com fins estéticos por 36,9% das mulheres. 74% das mulheres consideraram ou já realizaram procedimentos estéticos. Os procedimentos mais realizados não cirúrgicos foram, em ordem decrescente, toxina botulínica, preenchedores e fios tensores, e os procedimentos cirúrgicos foram rinoplastia, cirurgia de pálpebras e lifting. 37% das mulheres já haviam realizado algum procedimento estético facial, sendo 86% desses não cirúrgicos. 85,86% das mulheres consideraram a aparência física importante ou muito importante. As redes sociais foram o fator mais influente na percepção da beleza em quase todas as faixas etárias. **Conclusões:** Este é o primeiro estudo realizado em nosso meio com essas características. A grande maioria das mulheres expressou o desejo de realizar procedimentos estéticos, especialmente os não cirúrgicos, e esses tiveram impacto na autoestima. A maioria escolhe o profissional de saúde por recomendações de

---

<sup>1</sup> Residente de Cirurgia Plástica. Unidad Académica de Cirugía Plástica y Quemados. Hospital de Clínicas Dr. Manuel Quintela – Uruguay. Email: milagrosrollazob@gmail.com

<sup>2</sup> Professora. Unidad Académica de Cirugía Plástica y Quemados. Hospital de Clínicas Dr. Manuel Quintela – Uruguay. Email: denissehartwig@gmail.com

<sup>3</sup> Professor. Unidad Académica de Cirugía Plástica y Quemados. Hospital de Clínicas Dr. Manuel Quintela – Uruguay. Email: droscarjacobob@gmail.com



amigos ou familiares, e não por redes sociais, o que indica que estamos diante de uma população cautelosa.

**Descritores:** Procedimentos Estéticos. Redes Sociais. Percepção de Beleza. Autoestima.

### **ABSTRACT**

*Introduction: Facial features are a primary source of non-verbal communication, being the most dynamic and expressive part of our body. Although the concept of beauty is ambiguous and subjective, there are unique facial characteristics that enhance or approximate beauty. As plastic surgeons, it is a daily challenge to assess each patient's needs and desires. In the last decade, there has been an increase and greater acceptance of aesthetic procedures. This is partly due to the increased exposure provided by social media in shaping self-image perception. Objectives: Therefore, our goal was to understand the desires and impulses of Uruguayan women when considering facial aesthetic procedures. We aimed to determine the level of information they have and its sources, the degree of acceptance of aesthetic surgery, identify the most desired and performed treatments, and explore whether these procedures had an impact on their self-esteem. Additionally, we sought to define the role of social media in this context. Materials and Methods: A voluntary, anonymous, and confidential questionnaire was used, with social media serving as the dissemination platform. The target population consisted of Uruguayan women aged 15 years or older. A total of 41 questions were asked regarding demographics, desires and completion of aesthetic procedures, reasons for seeking them, self-esteem improvement, professional selection, beauty ideals, and the influence of social media. A total of 1,069 responses were collected. Some variables were represented through absolute frequency and relative percentages. Trends in Likert-type and dichotomous responses were tested using the Jonckheere-Terpstra test. Results: More than 50% of women considered themselves informed or very informed about aesthetic procedures (42.57% informed and 10.7% very informed). 63.14% of the information came from social media, with a statistically significant decline as age increased. A favorable or very favorable acceptance of plastic surgery for aesthetic purposes was reported by 36.9% of women. 74% of women had considered undergoing aesthetic procedures or had already done so. The most performed non-surgical procedures, in descending order, were botulinum toxin, fillers, and thread lifts, while the most performed surgical procedures were rhinoplasty, eyelid surgery, and facelifts. 37% of women had already undergone some form of facial aesthetic procedure, with 86% of these being non-surgical. 85.86% of women considered physical appearance important or very important. Social media was the most influential factor in beauty perception across nearly all age groups. Conclusions: This is the first study of its kind conducted in our region. The vast majority of women expressed a desire to undergo aesthetic procedures, especially non-surgical ones, and these procedures had a positive impact on their self-esteem. Most women choose their healthcare professional based on recommendations from friends or family rather than through social media, indicating that the population is cautious in this regard.*

**Keywords:** Aesthetic Procedures. Social Media. Beauty Perception. Self-esteem.

### **INTRODUÇÃO**

O conceito de beleza tem sido um objeto de reflexão e estudo ao longo da história, sendo influenciado por diversas dimensões culturais, sociais e biológicas. A estética, enquanto percepção sensorial do que é considerado belo, sempre foi um tema central na filosofia e nas artes. No entanto, com o avanço das tecnologias, como as redes sociais, e o aumento das opções de procedimentos estéticos, a beleza passou a ser não apenas uma construção subjetiva, mas também um produto



moldado por normas sociais e culturais amplamente divulgadas. A simetria facial e a proporção áurea são frequentemente associadas a padrões de atração, e esses elementos têm sido buscados por meio de cirurgias plásticas e tratamentos estéticos, especialmente no que diz respeito à melhora da autoestima e à percepção social. Este estudo busca compreender as motivações das mulheres uruguaias para a realização de procedimentos estéticos faciais, além de analisar o impacto desses procedimentos sobre a autoestima e o papel das redes sociais na construção do conceito de beleza.

## **OBJETIVO**

O principal objetivo deste estudo foi entender os fatores que influenciam as mulheres uruguaias ao considerar a realização de procedimentos estéticos faciais. De forma mais específica, os objetivos foram: avaliar o nível de conhecimento das mulheres uruguaias sobre os procedimentos estéticos faciais, identificar os procedimentos estéticos faciais mais desejados e realizados por elas, analisar o impacto desses procedimentos na autoestima das participantes, investigar a influência das redes sociais na decisão de realizar esses procedimentos, compreender as percepções das mulheres sobre os padrões de beleza predominantes na sociedade.

## **MÉTODO**

Este estudo teve um delineamento descritivo, observacional e transversal, utilizando um questionário online com 41 perguntas. A pesquisa foi realizada por meio da plataforma Google Forms, com um período de coleta de sete dias, durante o mês de outubro de 2024. A amostra foi composta por mulheres uruguaias maiores de 15 anos, alcançando um total de 1076 respostas válidas, das quais 1069 foram analisadas após a depuração dos dados. O questionário foi dividido em três seções principais: dados Demográficos: idade, nível de escolaridade, ocupação e localização geográfica, procedimentos Estéticos: conhecimento, desejo, realização e impacto sobre a autoestima, percepção da Beleza e Redes Sociais: influências das redes sociais sobre os padrões de beleza e fatores que afetam a percepção pessoal de beleza. A análise dos dados foi realizada utilizando os softwares JASP (v0.18.3) e R (v4.1.2), com o auxílio das bibliotecas tidyverse e DescTools. Os resultados foram apresentados em frequências absolutas e relativas, e as tendências foram avaliadas utilizando o teste de Jonckheere-Terpstra.

## **RESULTADOS**

Este estudo investigou as características demográficas e os comportamentos de mulheres em relação aos procedimentos estéticos, focando em suas preferências, fontes de informação, percepção de beleza e impacto na autoestima. A pesquisa envolveu 1.070 mulheres de diversas faixas etárias,



níveis educacionais e ocupações, provenientes de diferentes regiões do Uruguai. Características Demográficas A maioria das participantes estava entre 21 e 40 anos, sendo 29,75% na faixa de 21 a 30 anos e 31,24% entre 31 a 40 anos. A maior parte possuía nível superior (45%) ou pós-graduação (34,24%), com destaque para profissionais da área da saúde (43,69%). A região metropolitana concentrou 75,49% das participantes. Fontes de Informação As redes sociais foram a principal fonte de informação sobre procedimentos estéticos (63,14%), seguidas por consultas com profissionais de saúde. As mulheres mais jovens tendem a depender mais das redes sociais, enquanto as mais velhas buscam mais informações com profissionais. Atitude em Relação aos Procedimentos Estéticos Em relação aos procedimentos estéticos, 36,9% das participantes se mostraram favoráveis, 24,7% neutras e 11,9% desfavoráveis. A toxina botulínica foi o procedimento mais desejado, seguida por preenchimentos e fios tensores. Entre os procedimentos cirúrgicos, a rinoplastia e cirurgia de pálpebras se destacaram. Limitações para Realizar Procedimentos As maiores limitações foram o medo de complicações médicas e resultados insatisfatórios (35,9%), seguidas pelos custos (20,5%). 37% das mulheres já realizaram algum procedimento estético, com 86% optando por tratamentos não cirúrgicos faciais. Impacto na Autoestima A maioria das participantes relatou melhorias na autoestima após os procedimentos, com 30% indicando uma “melhoria na autoestima” e 26,7% uma “melhoria considerável”. Razões para Realizar Procedimentos As principais razões foram corrigir imperfeições (66,83%), melhorar o aspecto juvenil (44,89%) e aumentar a autoestima (34,15%). A pressão social foi mencionada por apenas 5,74%. Dificuldades Pós-Procedimento Entre as mulheres que realizaram procedimentos, 12,7% relataram resultados insatisfatórios, 12,2% dificuldades devido aos custos e 9,7% sentiram dependência. A escolha do profissional foi influenciada por recomendações de amigos e familiares (35,5%) e pela reputação do profissional (33,5%). Percepção de Beleza e Redes Sociais A maioria das participantes considera a aparência física importante (70,34%). A pesquisa também revelou que 23,2% têm um modelo de referência de beleza, sendo que a maioria descreveu um ideal de mulher magra e tonificada. As redes sociais influenciam significativamente a percepção de beleza, especialmente entre as mulheres mais jovens.

## DISCUSSÃO

Os resultados deste estudo indicam um crescente interesse e aceitação dos procedimentos estéticos entre as mulheres uruguaias, especialmente entre as mais jovens. A influência das redes sociais se mostrou um fator determinante no processo de decisão, com muitas participantes mencionando que essas plataformas moldam suas expectativas em relação aos procedimentos estéticos. A presença constante de padrões de beleza altamente filtrados e idealizados contribui para a construção de uma imagem corporal que nem sempre corresponde à realidade, o que pode gerar



consequências tanto positivas quanto negativas para a autoestima. Em relação ao impacto na autoestima, observou-se que a grande maioria das participantes relatou um aumento na percepção positiva sobre si mesmas após a realização de um procedimento estético. Isso sugere que, para muitas mulheres, esses procedimentos não são apenas uma forma de embelezamento físico, mas também uma maneira de alcançar um bem-estar emocional. No entanto, a crescente busca por padrões estéticos específicos, muitas vezes promovidos nas redes sociais, exige um olhar atento dos profissionais de saúde e dos pesquisadores, para garantir que a decisão de realizar tais procedimentos seja baseada em informações adequadas e expectativas realistas.

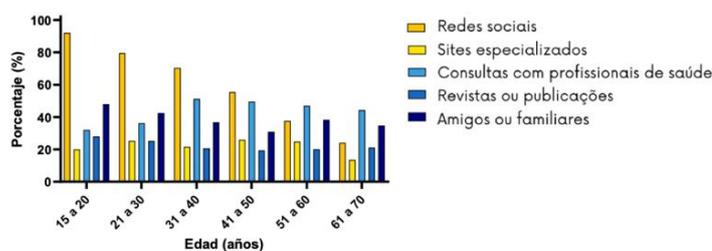
## CONCLUSÃO

Este estudo forneceu uma visão valiosa sobre as motivações das mulheres uruguaias em relação aos procedimentos estéticos faciais. A análise revelou que as mulheres, especialmente as mais jovens, estão cada vez mais influenciadas pelas redes sociais e consideram esses procedimentos como uma ferramenta para melhorar sua autoestima. Portanto, é fundamental que os profissionais de saúde e os especialistas em estética promovam um atendimento ético e bem-informado, garantindo que as decisões sobre procedimentos estéticos sejam tomadas de forma consciente e saudável.

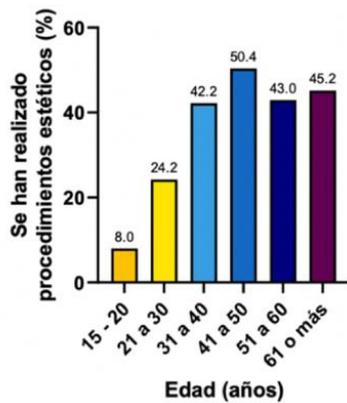
## REFERÊNCIAS

1. Sands NB, Adamson PA. Global Facial Beauty: Approaching a Unified Aesthetic Ideal. *Facial Plast Surg.* 2014;30(6):558-63. doi: 10.1055/s-0034-1371905.
2. Sisti A, Aryan N, Sadeghi O. What is Beauty? *Aesthetic Plastic Surgery ISAPS.* 2021 Apr;45(4):789-95. doi: 10.1007/s00266-021-02288-2.
3. Golle K, et al. Facial Aesthetics and Happiness: Evaluating the Role of Smile Intensity. *J Aesthet Surg.* 2019;43(4):427-35.
4. International Society of Aesthetic Plastic Surgery (ISAPS). *ISAPS Global Statistics.* 2023. Disponible en: <https://www.isaps.org>.

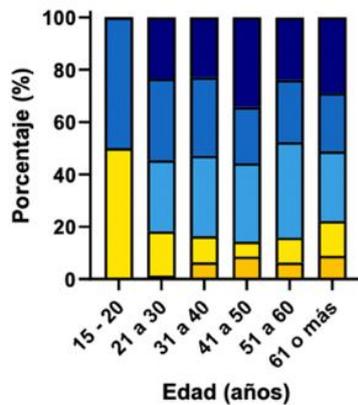
## GRÁFICOS



Fontes de informação sobre procedimentos estéticos de acordo com a idade. O asterisco indica que, para essa fonte de informação, há um aumento ou queda estatisticamente significativa conforme a idade aumenta (teste de Jonckheere-Terpstra significativo).

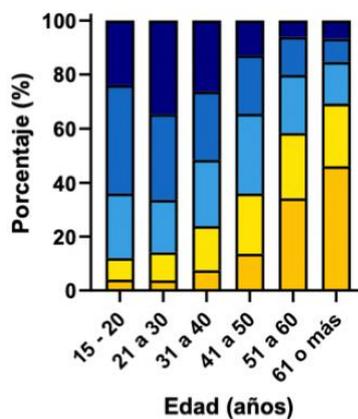


Realização de procedimentos estéticos de acordo com a idade dos indivíduos. A tendência de aumento do percentual de indivíduos com procedimentos estéticos realizados à medida que a idade avança é estatisticamente significativa (p menor que 0,0001).



Contribuição dos tratamentos para a melhoria da autoestima

Contribuição dos tratamentos para a melhoria da autoestima. Não foi encontrada associação estatisticamente significativa entre a idade e a melhoria da autoestima.



As redes sociais estabelecem padrões de beleza que afetam a percepção da aparência física.

Influência das redes sociais sobre as decisões de beleza e estética de acordo com a idade dos indivíduos. A tendência de aumento do nível em que as redes sociais estabelecem padrões de beleza que afetam a percepção da aparência física (escala Likert) à medida que a idade avança é estatisticamente significativa (p menor que 0,0001).