



O padrão estético

Gabriela Rhoden Padilha
Júlia Simonetti
Matheus Macedo
Rafaela Quevedo

“A beleza é um conjunto harmonioso derivada da estética.” (Bindes, Fá – feminá)

RESUMO: O artigo apresenta como tema principal os padrões estéticos, mais especificamente a cirurgia plástica. Através desse assunto, cada dia mais polêmico, levantaram-se questões importantes sobre as motivações que levam alguém a procurar intervenção cirúrgica de cunho estético; o padrão de comportamento de mulheres e homens que utilizam tal recurso e ainda curiosidades que circundam tal assunto. Por ser um tema tão abrangente, atual e corriqueiro, espera-se que a sua abordagem e discussão levem a um movimento de conscientização sobre os custos físicos e morais que são gerados pelos padrões estéticos vigentes na sociedade atual e as possibilidades de superação destes.

Palavras-chave: Estética. Padrão Estético. Mídia - Cirurgia Plástica. Medicina Estética.

ABSTRACT: The article presents the main theme aesthetic standards, specifically plastic surgery. Through this increasingly controversial issue, raise important questions about the motivations that lead someone to seek surgical aesthetic imprint of the pattern of behavior of women and men who use this resource and curiosities that still surround the subject. Being a subject so comprehensive, current and commonplace, we expect the approach and discussion lead to a movement of awareness about the physical and moral costs generated by aesthetic standards prevailing in our society and the possibilities that we have to overcome them.

Keywords: Aesthetics. Aesthetic Standard. Media - Plastic Surgery. Aesthetic Medicine.



1 INTRODUÇÃO

A sociedade de hoje preocupa-se estreitamente com a aparência externa e sujeita-se a qualquer método para atingir seus objetivos estéticos. Essa nova necessidade de satisfação pessoal, através da busca pela aparência e pela beleza ideal, implica em grandes investimentos; custos que, muitas vezes, são arcados por grupos não privilegiados financeiramente, que submetem-se a esses procedimentos cirúrgicos, de cunho estético, para não sentirem-se deslocados no mundo atual. O tema desse estudo é o padrão estético que é sustentado, em sua grande parte, por cirurgias plásticas e a interferência da mídia nesse processo.

O presente artigo aborda o padrão estético atual, suas influências e seus reflexos na sociedade. Sua pretensão é a de esclarecer os modelos de beleza impostos à população em geral, e a eterna busca pela aparência ideal. Para isso, serão abordadas questões relativas às intervenções cirúrgicas, de cunho estético, e seus desdobramentos sociais.

O assunto foi escolhido porque percebe-se a existência um interesse muito grande nessa área e porque nota-se um constante crescimento da demanda pelos procedimentos cirúrgicos estéticos no Brasil. Priorizou-se a pesquisa ligada a cirurgia plástica por ser o método mais utilizado para redefinir drasticamente a aparência corporal.

A problemática deste trabalho gira em torno das atuais ideias de beleza e seu impacto no mercado estético brasileiro atual. Percebe-se a existência de uma grande infraestrutura voltada para este setor e um crescente aumento do consumo de produtos e tratamentos direcionados aos benefícios da estética.

O avanço das técnicas de intervenção cirúrgica, aliado a expansão do mercado estético, transformou o Brasil num dos centros de referência para investimentos neste setor.



Hoje em dia, temos grandes empresas voltadas para a área da beleza instaladas no país. Paralelamente, a medicina também evoluiu em prol do embelezamento e da satisfação física, fato que tornou a operação plástica um dos métodos de aprimoramento físico mais procurados atualmente.

2 A INFLUÊNCIA DA MÍDIA NO PADRÃO ESTÉTICO

As cobranças referentes ao padrão de beleza ideal tornaram-se intensas com o advento da televisão no Brasil. Apoiadas pelas revistas de grande circulação no país, este novo modelo estético ganhou considerável espaço de visibilidade, assim como passou a determinar o estereótipo de beleza a ser seguido. Outro veículo de grande importância para sedimentar tais normas na sociedade foi o cinema, que surgiu na década de 90 do século XIX, e mesmo pouco acessível a grande parte da população, lançou tendências de comportamento, vestuário, mentalidade, visão política, etc.

Em meio a descoberta de tantos veículos de comunicação e entretenimento emerge o ideal da juventude eterna e com ele o jovem torna-se um dos principais alvos do consumo de massa. Como o adolescente se encontra numa fase de transição, ele tem a necessidade de se apegar a algum tipo de moda e se incluir em algum grupo social, logo, é normal que se adapte às tendências de sua época. Em função disso, a mídia então passou a vê-los como um meio de promoção de seus produtos e serviços, como o faz até hoje.

A maneira mais evidente de perceber isso são os comerciais que vendem produtos “rejuvenescedores” junto com a promessa de um rosto perfeito: jovem, sem nenhuma ruga, vinte anos mais novo. Com isso, o mito da eterna juventude afirma-se, prometendo a jovialidade duradoura.

Desde então, as empresas usam a mídia para vender seus produtos, mostrando o padrão estético perfeito, na forma de uma mensagem direta e



convincente. O teor desta propaganda apresenta a felicidade ao alcance de todos e a plena aceitação social.

Algumas vezes, o apelo ocorre via celebridades, que são admiradas por muitas pessoas e, às vezes, mais pela sua beleza do que pelo seu trabalho. Também um exemplo muito marcante na relação entre mídia e padrão estético são as propagandas de cerveja, que dão mais ênfase para o lado ousado, onde os modelos aparecem com corpos perfeitos, normalmente sendo desejados por outra pessoa do sexo oposto. A mensagem divulgada nestas peças publicitárias é que devemos ser daquela forma para sermos desejados e aceitos.

O mercado de trabalho midiático reproduz o modelo estético através de um padrão de beleza que vincula o preenchimento de determinados cargos, por exemplo: apresentadora de telejornal, ao tipo físico do candidato à vaga. De maneira geral, os trabalhadores midiáticos, sejam eles jornalistas ou apresentadores, seguem um rígido padrão estético segundo os atuais parâmetros de beleza física.

A mídia não só cria como induz a consumir produtos e serviços que as pessoas julgam como o ideal de vida perfeita. Sendo a principal influência do estilo estético atual, acaba gerando muitas perturbações em algumas pessoas que sonham alcançar a beleza ditada pela mídia. Esses consumidores potenciais são abordados pelas empresas de cosméticos responsáveis pela realização do sonho da eterna juventude.

Os indivíduos seguem então, a receita produzida pela mídia – sem imposição de classe social ou faixa etária – para serem melhor aceitos na sociedade. O modo como essas propagandas chegam ao público é diferente para homens e mulheres. Normalmente para agradar aos homens as propagandas são mais ousadas, mostrando que se ele consumir ou usar tal produto poderá ser bonito, e, desse modo, terá muitas mulheres bonitas ao seu dispor. Já para as mulheres, as propagandas buscam mostrar bem estar, beleza e a cobiça do público masculino. Os dois sexos tem seu estilo de padrão imposto conforme seu físico. Os homens



são induzidos a ter um corpo definido e atlético, enquanto que as mulheres devem ser magras, com peitos grandes e glúteos definidos, além da pele lisa.

Novos valores como: cortes de cabelo, estética dentária, jeito de vestir ou cosméticos, em geral, são criados a cada momento, e em um ténue espaço de tempo ficam obsoletos; essências pessoais são destruídas para dar lugar aos conceitos vigentes trazidos pelos meios de comunicação. Com isso, a futilidade torna-se cada vez mais acentuada entre a população e, tende a crescer, ainda mais.

2.1 ATÉ ONDE O SER HUMANO CHEGA PARA ATINGIR SEUS OBJETIVOS ESTÉTICOS

As mutilações corporais não possuem limites, vale tudo em nome de um padrão de beleza, seja ele aceito por um todo ou parte da sociedade. Com isso, não se torna difícil encontrar casos de cirurgias plásticas que são consideradas extravagantes ou exóticas.

Um dos mais famosos é o da americana Jocelyn W. ou a “mulher-gato”, que após casar-se com um milionário, realizou operações para seu marido não a trair. Porém, Jocelyn era fascinada por animais exóticos e decidiu homenageá-los em sua cirurgia, gastando mais de 4 milhões de dólares para ficar parecida com felinos. Mesmo com esta aparência incomum, ela diz que está muito satisfeita com seu rosto.

Já o caso de Caim, nos leva a crer que o ser humano pode submeter-se até ao inimaginável. Este colombiano, desde 2007, realiza plásticas para deixar suas feições parecidas com as do diabo. Implantes de silicone na testa foram colocados para dar a ideia de chifres, parte da narina fora retirada e o “Diabo colombiano”, como gosta de ser chamado, ainda faz planos para implantar um rabo, com uma ligação ao cérebro, para obedecer a seus comandos.



A prática indiscriminada desses procedimentos estéticos colocam em risco a saúde física e financeira dos indivíduos. A modelo brasileira, Sheyla Almeida, por exemplo, realizou mais de trinta cirurgias plásticas. Nove delas foram para implantar silicone. Porém, na última operação, realizada nos EUA, devido as restrições da legislação brasileira, houve uma infecção bacteriana e a modelo foi obrigada a retirar as próteses de quase quatro litros após entrar em coma. Não satisfeita, a modelo colocou, algum tempo depois, um litro e meio de silicone com vistas a quebrar o recorde da americana Chelsea Charms.

A vontade de realizar cirurgias plásticas pode vir a ter consequências graves não só para os pacientes, mas para todos aqueles que se envolvem com tais procedimentos. É o caso de Oneal Morris, um falso médico dos EUA, acusado de aplicar cimento nos glúteos, lábios, seios e coxas de suas “pacientes” ao invés de silicone. O mesmo, falso especialista em saúde, fechava os cortes com uma super cola e algodão, fato que causou a morte de uma mulher. Apesar de todo o ocorrido, Oneal não desiste de suas práticas pseudoestéticas e aplica em si mesmo substâncias para mudar de sexo, já que é um transexual. O resultado é previsível.

A ânsia das pessoas em atingir seus objetivos, ditos “estéticos”, é tão complexa que os indivíduos são capazes de realizar a autodestruição; além dos exemplos citados, anteriormente, podemos, ainda, destacar: a retirada de costela para modelar a cintura, o uso de Botox nos lábios, além de distúrbios alimentares graves. A banalização da cirurgia plástica, realizada pela mídia e pelos atuais ícones da fama, mexe com a autoestima dos indivíduos e influencia no modelo estético a ser almejado.

2.2 AS MUDANÇAS DOS PADRÕES ESTÉTICOS CONFORME O TEMPO

Ao longo dos tempos a humanidade evoluiu, seja na tecnologia em geral, na comunicação, na moda e também na estética. Com o passar do tempo tudo foi se renovando e se aprimorando. Juntamente com as inovações tecnológicas e as



descobertas científicas, o campo da estética ficou mais amplo; agora as pessoas têm diversas formas de cuidar mais da sua aparência, ou seja, novas estratégias para aprimorar a beleza. Hoje existem cremes para corpo e cabelo, lipoaspiração, cirurgias plásticas e outros tratamentos. O que antes não estava a disposição das pessoas, hoje está ao alcance da maior parte da população.

Na década de oitenta, do século XX, ter o corpo perfeito já era moda, conseqüentemente foi aí que começaram a aparecer as academias. Naquela época a estética estava diretamente relacionada a música. As roupas não eram tão ousadas e as pessoas gostavam de ter cabelos crespos, o que era moda no período.

Na década de noventa, a estética começa a mudar seus moldes. A nova mudança é marcada pelo surgimento de alguns produtos que inovam e renovaram o padrão de beleza feminino: são aparelhos, cremes requintados etc. Nesta época, é instituído um padrão de beleza definido pela magreza. Sua inspiração pode ser vista nos desfiles de moda da alta costura onde modelos esqueléticas, como Kate Moss, eram o centro da atenção.

Na virada do milênio, houve uma grande revolução nos padrões estéticos. O campo do embelezamento estético cresceu, vertiginosamente, assim como a oferta de novos produtos e novos tratamentos. A demanda pela beleza “comprada e instantânea” se avoluma rapidamente.

Neste início de século vinte e um, o que se vê são pessoas artificiais, usando muita maquiagem e cultuando bom físico, que é sinônimo de beleza atualmente. Igualmente em alta nesta década, aparecem as cirurgias plásticas que, de tão comuns, tornaram-se banais nos dias de hoje. Destacam-se, entre os procedimentos cirúrgicos, o implante de silicone e a correção de rugas. As pessoas querem sentir-se jovens e lindas, por isso, o aumento da procura por esses recursos - muitas vezes, tais estratégias dão errado ou tornam-se sinônimos de exagero, prejudicando assim a aparência e a saúde.



3 ESTATÍSTICAS SOBRE AS CIRURGIAS ESTÉTICAS NO BRASIL

O Brasil é o segundo colocado no ranking mundial de cirurgias plásticas, ficando apenas atrás dos Estados Unidos. Ele é um país subdesenvolvido que possui muitos cidadãos, de pouco poder aquisitivo, que economizam seu dinheiro para conseguir realizar intervenções cirúrgicas de cunho estético por vaidade.

Segundo uma pesquisa, realizada, em todas as regiões do país, pela Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica (SBCP), em dezembro de 2004, a lipoaspiração foi a mais procurada com 56% de realizações. Após vem o aumento ou redução de mama (38%), cirurgias no rosto de modo geral (30%), abdome (23%), pálpebras (18%) e nariz (12%). Isso demonstra que a população brasileira está preocupada com sua aparência tanto quanto os países desenvolvidos, e que esta, contribui de maneira efetiva para sua inserção na sociedade atual.

O modelo de beleza norte-americano influenciou muito a atual procura pelos procedimentos estéticos no Brasil, tal fato pode ser notado pelas recentes mudanças na concepção de aparência ideal das brasileiras: valorização de seios maiores, da cintura fina e rosto estilo europeu. A referência deste modelo pode ser encontrada em produções midiáticas que vão de semanários à filmes de Hollywood.

A partir de um levantamento realizado pelo Ibope, em 2009, estima-se que foram realizadas mais de 640 mil cirurgias plásticas no Brasil, sendo 82% em mulheres, que ainda continuam sendo as maiores consumidoras deste mercado. Acredita-se que cerca de 1.700 pacientes fazem cirurgias plásticas a cada dia. O Brasil é referência na qualidade técnica dos cirurgiões. Possui uma ótima estrutura para as cirurgias em sistemas particulares devido à exigência do paciente que estimula o aperfeiçoamento da técnica constantemente.



3.1 A PROCURA FEMININA

Atualmente a procura por cirurgia plástica cresceu absurdamente em nosso país. As mulheres estão cada vez mais se preocupando com seu corpo e buscando a qualquer preço a eterna juventude, em outras palavras, seu ideal de perfeição. A nova concepção da cirurgia plástica reflete uma visão intimamente relacionada com a saúde mental, física e social. Estas intervenções cirúrgicas têm seus múltiplos recursos para diminuir ou melhorar os efeitos produzidos no corpo, quer por métodos cirúrgicos ou cosméticos.

Tendo em vista que com o passar dos anos, a pele envelhece, fica flácida, cria-se rugas, e automaticamente as fisionomias são modificadas, a vaidade acaba falando mais alto e ultrapassando limites como o “desejo” de vencer o tempo. Esta derrota do tempo esta diretamente ligada à vontade de estar constantemente na juventude, seja pela maneira de se vestir, de se comportar, e até mesmo de agir.

A medicina estética está evoluindo a cada dia, há cada vez mais recursos que estão disponíveis para o sonho do rejuvenescimento: prótese de silicone, prótese para os glúteos, lipoescultura que retira a gordura localizada do corpo, rinoplastia para corrigir imperfeições no formato do nariz e abdominoplastia para a retirada do excesso de pele. Estas, são as cirurgias incisivas mais procuradas pelas mulheres, porém, há muitas outras técnicas de rejuvenescimento como: carboxiterapia, botox, preenchimento das linhas de expressão com colágeno, dentre outras.

A extrema procura por cirurgia plástica deve-se ao fato das mulheres desejarem seguir um padrão de beleza imposto pela sociedade, sentirem-se belas e de bem com a vida. Este fenômeno é favorecido e ampliado, graças a facilidade de crédito, proporcionado pela estabilidade financeira, experimentada no atual cenário brasileiro. Tal fato propicia as camadas mais baixas da sociedade o acesso ao mundo das transformações estéticas. A valorização do físico indica também uma



estratégia social: a juventude e a boa aparência são pré-requisitos para arrumar emprego e continuar empregado.

3.2 A PROCURA MASCULINA

Não só as mulheres estão em busca de um corpo ideal, além delas, os homens também estão submetendo-se a cirurgias plásticas. A cada ano aumenta, em grande número, a quantidade de indivíduos, do sexo masculino, que procuram alguma espécie de correção estética através da cirurgia. Essa busca nada mais é do que reflexo da vaidade crescente dos homens brasileiros, consequência da imposição estética enunciada pela mídia. Cada vez mais o homem preocupa-se com sua aparência e, aquele preconceito que afirmava que o verdadeiro homem não pode cuidar de sua aparência física, tornou-se coisa do passado.

As cirurgias mais procuradas pelos homens não diferem muito das mais cobiçadas pelas mulheres. A maior procura é por procedimentos nas pálpebras, seguida de correções no nariz, transplante de cabelo, lipoaspiração e ginecomastia(o aumento de volume mamário).

A cobrança feita pelas mulheres para que os homens estejam sempre bonitos aumentou. É cada vez mais comum as esposas acompanharem seus maridos aos consultórios e ambos acabam optando por diferentes procedimentos cirúrgicos. Porém, os homens costumam procurar esse tipo de mudança para chamar a atenção das mulheres e sentirem-se mais atraentes.

Segundo o cirurgião plástico Robert Jan Bloch, a procura pela plástica masculina pode ser distribuída também, por faixa etária: 20 anos ginecomastia, plástica no nariz e correção de orelhas de abano; de 30 a 40 anos lipoaspiração, de 40 a 50 anos implantes capilares e ritidoplastia (plástica na face).

O implante capilar é uma opção bastante requisitada por homens de 40 a 50 anos, pois a calvície envelhece a aparência muito cedo, e com o desenvolvimento das técnicas, os resultados alcançados são cada vez melhores, favorecendo o



resgate da autoestima. Elton John, cantor pop famoso, foi um dos primeiros a aderir ao tratamento de transplante de fios.

4 RECURSOS PÓS-OPERATÓRIOS

Há vários recursos que podem ser utilizados na melhoria de dores, logo após a cirurgia, como a drenagem linfática manual e o ultrassom. Em algumas operações como abdominoplastia e lipoaspiração, a drenagem linfática chega a ser obrigatória. Esses tratamentos tem como função prevenir o edema (inchaço), reduzir hematomas e ativar a circulação. Além disso, estes recursos, quando bem utilizados, podem diminuir o tempo de repouso do paciente.

Na visão da fisioterapeuta dermatofuncional, Fernanda Scovino, estratégias como a drenagem linfática pós-operatória auxiliam na recuperação do paciente, dando sensação de conforto e normalizando a sensibilidade cutânea do local operado. Outro tipo de tratamento pós-operatório bastante disseminado é a utilização de cremes anti-idade, os quais prometem acabar ou diminuir as rugas, manchas naturais da pele, flacidez ou ressecamento. Este, recurso é muito usado inclusive por pessoas que não sofreram nenhuma intervenção cirúrgica.

As mulheres, principalmente, buscam nos cremes anti-idade a solução para seus problemas de envelhecimento, porém existem vários mitos por trás disso, como, por exemplo, estar com trinta anos e usar um creme para pele de cinquenta, o que supostamente faria mais efeito, ou começar a usar os cremes muito cedo, o que faz mal para a pele já que o recomendado é a partir dos vinte e quatro anos. Há também um setor que lucra com a vaidade e cresce muito, são os Spas. São espécies de hotéis voltados para o tratamento estético e para o relaxamento. Neles, a cada dia, são feitos novos tipos de máscaras energéticas, com diversos tipos de materiais (lama do mar morto, abacate, mel, etc.), e oferecidos outros serviços como: orientação nutricional para a elaboração de uma dieta rígida,



acompanhamento profissional na academia, fisioterapia, massagem restauradora dentre outros; todos com o objetivo de manter a saúde do corpo e o peso em dia.

Porém, não é preciso ir atrás de todos os tipos de recursos que estimulam a vida baseada na beleza. Esta é uma opção individual, por mais que a mídia apresente um conjunto de valores, baseados num padrão de beleza social.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Atualmente o corpo ideal é exposto sem nenhuma preocupação ou reflexão maior. A mídia apresenta seu padrão e deseja que todos os seus espectadores almejem aquele modelo para si, acreditando que somente desta maneira serão bem aceitos na sociedade, o que de certa forma acontece.

Graças a isso, são realizadas cerca de 1.700 cirurgias por dia, e esse número só tende a crescer. Percebemos que homens e mulheres submetem-se a cirurgias estéticas apenas para sentirem-se bem com seu próprio corpo e serem valorizados pelos outros. É um ideal de inserção social completamente capitalista, que recebe total assessoramento dos meios midiáticos incentivando o consumismo.

Observamos que muitos indivíduos não encontram limites que os satisfaçam. Procuram incansavelmente um modelo estético que os defina. Este, por sua vez, é fruto de uma padronização criada pelo marketing. Essa radicalização do homem provoca operações exageradas que podem vir a desencadear doenças. Um ser humano que não reconhece até onde pode ir perde a razão e se rende ao sistema capitalista que vem aniquilando, a cada dia, mais seu adeptos.

Cada vez mais, mulheres e homens, ligam saúde à beleza, ao pensarem em bem-estar e qualidade de vida. Por isso, cresce a procura por serviços e produtos ligados ao embelezamento pessoal. Culturalmente, é a busca do brasileiro pelo ideal do visual perfeito.



O uso da maquiagem, dos cabelos lisos, dos cremes rejuvenescedores e perfumes, cresce cada vez mais, e, por consequência, há um aumento deste setor da economia e da demanda por este tipo produto. As pessoas estão perdendo o controle e o discernimento na busca pelo modelo de perfeição, induzidos pela mídia.

Na atualidade, as pessoas estão precisando cuidar mais de suas cabeças do que de seus corpos, pois muitas delas enxergam uma imagem distorcida de si mesmas. Portanto, as pessoas necessitam usar o bom senso para não se deixarem levar pelos modismos e afins. O que mais impressiona, disso tudo, é a procura da felicidade, do sucesso e da realização pessoal através da reprodução de ideais estéticos impostos à sociedade.

REFERÊNCIAS

Agora é que são eles: cirurgia plástica masculina cresce 30% nos últimos cinco anos. **Clínica sorrentino de cirurgia plástica**. Disponível em: <http://www.clinicasorrentino.com.br/index.php?option=com_content&view=article&id=74%3Aagora-e-que-sao-eles-cirurgia-plastica-masculina-cresce-30-nos-ultimos-cinco-anos&catid=4%3Ablog&Itemid=5>. Acesso em: 06 jul. 2012.

Beleza: tudo sobre tratamento e cremes anti-idade. **Revista Cláudia**. Disponível em: <<http://claudia.abril.com.br/materia/tudo-sobre-tratamentos-e-cremes-anti-idade-3692/?p=%2Fbeleza%2Ffrosto>>. Acesso em: 06 set. 2012.

CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA. Pesquisa revela estatística da cirurgia plástica no Brasil. 2004. **Rede dos conselhos de medicina**. Disponível em: <http://portal.cfm.org.br/index.php?option=com_content&view=article&id=5327:&catid=3>. Acesso em: 10 jul. 2012.

Falso médico aplica cimento no bumbum de paciente. **BLOG DO RUBINHO**. 2012. Disponível em: <<http://blogdorubinho.com.br/index.php/2011/11/21/falso-medico-aplica-cimento-no-bumbum-de-paciente/>>. Acesso em: 11 jul. 2012.

FRANCISCHELLI NETO, Miguel. Cirurgia plástica masculina. **Naturale Clínica**. Disponível em: <http://www.naturale.med.br/cirurgia_plastica_masculina.htm>. Acesso em: 06 jul. 2012.



G1 BRASIL. Mais de 1700 pessoas fazem plástica por dia no Brasil, diz pesquisa. **Jornal da globo.** 2010. Disponível em: <<http://g1.globo.com/brasil/noticia/2010/05/mais-de-1700-pessoas-fazem-plastica-por-dia-no-brasil-diz-pesquisa.html>>. Acesso em: 10 jul. 2012.

INTITUTO ANDRÉ VENTURELLI. Estatísticas sobre cirurgias plásticas em todo mundo disponíveis pela primeira vez. **Cirurgia plástica.** 2010. Disponível em: <<http://www.andreventurelli.com.br/noticia/estatisticas-sobre-cirurgias-plasticas-em-todo-mundo-disponiveis-pela-primeira-vez.html>>. Acesso em: 10 jul. 2012.

Luccas. Alucinando: viciados em conhecimento. **À procura da beleza feminina.** Disponível em: <<http://www.alucinando.com.br/web30/a-procura-da-beleza-feminina/>>. Acesso em: 03 jul. 2012.

MACHADO, Daniel Mata. De cara nova. **Estado de Minas:** economia. Disponível em: <<http://www.economia.uai.com.br/saude.htm>>. Acesso em: 09 jul. 2012.

MATIAS, Daniel Borges. Cresce a procura dos homens pela cirurgia plástica. **Cirurgia plástica BH.** Disponível em: <<http://www.danielborgesplastica.com.br/beleza-masculina/cresce-a-procura-dos-homens-pela-cirurgia-plastica>>. Acesso em: 06 jul. 2012.

Mídia e o culto à beleza do corpo. **Brasil Escola.** Disponível em: <<http://www.brasilecola.com/sociologia/a-influencia-midia-sobre-os-padroes-beleza.htm>>. Acesso em: 12 jul. 2012.

NYE, Andrea. **Teoria feminista e as filosofias do homem.** Rio de Janeiro: Rosa dos Ventos, 1995.

Os piores do mundo. **Cirurgias Plásticas mal sucedidas parte 1.** 09 ago. 2011. Disponível em: <<http://ruimpracaramba.blogspot.com.br/2011/08/cirurgias-plasticas-mal-sucedidas.html>>. Acesso em: 12 jul. 2012.

WOLF, Naomi. **O mito da beleza.** Rio de Janeiro: Rocco, 1992.