FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS DE SÃO PAULO PIBIC 2010/2011

O COMPORTAMENTO DAS JOVENS EM RELAÇÃO AOS TRATAMENTOS CORPORAIS ESTÉTICOS

FERNANDA RANDO RUMAN

ORIENTADORA: PROFa. TANIA M. V. LIMEIRA

SÃO PAULO 2011

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO*	3
Justificativa da pesquisa	3
Objetivos da pesquisa	5
2. REFERENCIAL TEÓRICO	6
Corpo e beleza	6
Identidade e imagem corporal	8
Modificação corporal	11
Tratamentos corporais estéticos	13
3.METODOLOGIA DA PESQUISA	16
4. ANÁLISE DOS RESULTADOS	16
Perfil socioeconômico das entrevistadas e projetos de vida	17
Tratamentos estéticos	18
Motivações e significados	20
Critérios de escolha do profissional	25
Processo de adaptação e satisfação	27
Possíveis ações dos profissionais de estética	30
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	31
5. BIBLIOGRAFIA	33
6.APÊNDICE	36
1.Roteiro de perguntas para as entrevistas	36
2. Perfil das Entrevistadas	37

1. INTRODUÇÃO*

Esta pesquisa tem como questão principal investigar quais as motivações, os significados e os fatores socioculturais que levam as jovens paulistanas de 18 a 24 anos da classe econômica A (Critério Brasil 2009) a utilizar os tratamentos da medicina estética, bem como o seu comportamento após o tratamento. Para tanto, além de pesquisa bibliográfica, serão realizadas entrevistas com jovens que realizaram e outras que não realizaram cirurgias plásticas ou outros tratamentos corporais estéticos. Com esta pesquisa, pretende-se identificar possíveis ações de marketing para que os prestadores de serviços de medicina estética possam melhor atender as expectativas e desejos desse público.

Justificativa da Pesquisa

Esse tema foi escolhido devido à repercussão e à significativa demanda pelos tratamentos corporais estéticos por parte das jovens. Além disso, não há muitas pesquisas aprofundadas a respeito do comportamento de tais consumidoras nem do sentido desses tratamentos de medicina estética para as mesmas.

Os tratamentos corporais estéticos incluem os mais variados tipos de práticas de remodelamento e cuidado com o corpo, incluindo silicone, drenagem linfática, peeling, tratamentos a laser, tratamentos para acne, para redução de celulite, gorduras ou até mesmo para enrijecimento da pele (ex: botox). Hoje em dia, na percepção popular, para se ter a aparência desejada, basta ter dinheiro e passar por tratamentos estéticos. Esses tratamentos são capazes de mudar muitas partes do corpo, moldando-as da forma desejada. Entretanto, sabe-se que a decisão pelo uso de tais tratamentos não é tão simples, devido aos efeitos emocionais, sociais e psicológicos do pré e pós-tratamento.

Os tratamentos relacionados à medicina estética têm apresentado continuo crescimento nos últimos anos. A aparência e a beleza física das modelos e artistas da mídia tornaram-se um valor cultural na sociedade, mudando os estilos de vida das mulheres. A mídia, a fim de difundir os produtos e os serviços de beleza, utilizou-se do discurso do "corpo perfeito". Assim, a publicidade foca no consumo de produtos e serviços de beleza, valorizando a aparência e o estilo de vida das celebridades, que mantêm o corpo dentro do padrão ideal de beleza. Isto faz com que as

^{*}Este relatório contou com a colaboração de Tamara Tanaka.

mulheres jovens tornem-se insatisfeitas e passem a gastar esforços para conseguir os corpos bem-construídos e o ideal de beleza, aumentando o consumo das técnicas e produtos para embelezar o corpo e retardar o envelhecimento corporal. Pode-se entender, portanto, a influência da mídia e da publicidade para o aumento da demanda pelos tratamentos estéticos. (Garrini, 2007)

De acordo com Petillo (2005), com base em dados da Sociedade Internacional de Cirurgia Plástica, o Brasil está apenas atrás dos Estados Unidos como o país que mais faz cirurgias plásticas. De um total de 621.342 cirurgias feitas no Brasil em 2003, mais da metade foi relacionada à estética, das quais a mais procurada foi a lipoaspiração. Foi constatado também que o número de jovens aderindo aos tratamentos de estética está crescendo de forma acelerada, sendo que de 2002 a 2003 cresceu em 42% o número de menores de 20 anos fazendo cirurgias plásticas. Outra constatação é o fator gênero. Os tratamentos estéticos não são procurados apenas por mulheres, apesar de esse ser o principal público-alvo. Em 2003, a porcentagem das cirurgias que eram feitas por mulheres era de 81%, enquanto homens compreendiam a 19% das operações.

O acesso às técnicas estéticas aumentou muito nos últimos anos, sendo que um dos fatores que contribuíram para esse resultado foi o barateamento dos tratamentos e o aumento do número de clínicas. Dessa forma, o uso dessas técnicas aumentou e, assim, embelezar-se e mudar a aparência ficou cada vez mais acessível. São poucas as mudanças (tal como a altura), que não podem ser feitas pela medicina estética.

Entre as técnicas estéticas, o laser é um aparelho muito utilizado. Para 95% das terapias antienvelhecimento, ele é o mais indicado. O laser, na estética, funciona através da danificação de células a fim de estimular a renovação das mesmas. Dessa forma, ele é capaz de tirar ou atenuar manchas, retirar as marcas resultantes de acne e, até mesmo, rejuvenescer a pele. No caso da remoção de pêlos, o laser atua matando os bulbos capilares, que é onde nascem os pelos (Lopes, 2010).

Com o crescimento e evolução da medicina estética, e pelo fato de ela render muito mais dinheiro do que várias outras formas de medicina, vários médicos estão mudando de área e passando a trabalhar com a estética. Em uma simples aplicação de Botox, aproximadamente R\$500 dos R\$1200 (que é o preço do tratamento) vão para o médico. Em média, a migração de outras áreas da medicina para a estética possibilitou aumentar o rendimento dos médicos em até 10 vezes. Atualmente, estima-se que há no

país aproximadamente 3000 médicos na área de beleza e estética, número esse que dobrou quando comparado ao início de 2002. Cerca de 70% dos médicos que trabalham com estética hoje em dia vieram de outras áreas que não relacionadas à estética anteriormente. (Zakabi, 2007).

Com o crescimento desse setor e da utilização de seus tratamentos, bem como o aumento do interesse das jovens por este assunto, resolvemos investigar o comportamento das jovens paulistanas em relação aos tratamentos corporais estéticos visando identificar possíveis ações de marketing para que os prestadores de serviços de medicina estética possam melhor atender as expectativas e desejos desse público.

Objetivos da Pesquisa

O objetivo geral da pesquisa é investigar o comportamento das jovens de 18 a 24 anos, da classe econômica A (Critério Brasil, 2009) e residentes na cidade de São Paulo, que realizaram ou não algum tipo de tratamento estético corporal, buscando compreender quais as motivações e os significados de tais tratamentos para estas jovens, bem como os fatores socioculturais que influenciaram o processo de decisão.

Assim, pretendemos identificar possíveis ações de marketing para que os prestadores de serviços de medicina estética possam melhor atender as expectativas e desejos desse público.

Objetivos específicos

- Citar os tratamentos aos quais as entrevistadas foram submetidas
- Verificar como foi a tomada de decisão da utilização de um determinado tratamento e dos prestadores de serviços escolhidos pelas jovens, procurando identificar os principais fatores motivacionais e socioculturais.
- Verificar os motivos que levam certas jovens a não passarem por tratamentos corporais estéticos.
- Verificar o resultado do tratamento percebido pelas jovens e as mudanças que gerou na vida da consumidora.
- Identificar possíveis ações de marketing para que os prestadores de serviços de medicina estética possam melhor atender as expectativas e desejos desse público.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

A pesquisa será orientada por uma revisão de conceitos e teorias relativas a: corpo e beleza, modificação corporal, imagem corporal, tratamentos estéticos corporais e medicina estética.

Corpo e Beleza

Sobre o corpo humano, Sant'Anna (2003) explica que, ao longo da história ocidental, tanto na arte quanto na medicina, na política e na religião, o corpo humano foi objeto de adoração, estudo, adestramento, punição e, sobretudo, de representação por meio de imagens. O corpo feminino, por exemplo, após a Idade Média, ganhou destaque na pintura, onde seus gestos e curvas passaram a representar a parte visível e palpável da mulher. No entanto, é a partir do século XX que as imagens do corpo - especialmente aquelas do corpo feminino considerado jovem e belo - conquistaram uma importância política e um valor econômico até então desconhecidos.

Assim, para Malysse (2002), na sociedade ocidental contemporânea, a anatomia não é mais considerada um destino, mas uma matéria-prima viva, visto que o corpo virou o suporte de inúmeras técnicas de embelezamento, manipulação e mutilação, que fazem do corpo um terreno de significados simbólicos. O corpo tornou-se o lugar de expressão da identidade e a estilização do corpo é uma tentativa de ancorar a identidade, segundo Sweetman (2000). Em pesquisa realizada no Rio de Janeito (Goldemberg & Ramos, 2002), por exemplo, foi constatado que, dentre os fatores que mais atraem um homem ou uma mulher em relação ao sexo oposto está o corpo. Além disso, ele também é um dos fatores de maior inveja em relação aos demais indivíduos do mesmo sexo.

Sant'Anna (2003) explica que, no século XX, a partir de 1950, o complexo industrial de alimentação-saúde-beleza se desenvolveu cada vez mais, incentivando o embelezamento de mulheres de todas as idades e em todos os lugares. A beleza do corpo, que leva a sedução, deixa de ser característica transmitida apenas hereditariamente, para ser conquistada através do uso de cremes, pós e tinturas. Esta indústria cresceu aliada aos avanços da química e da dermatologia, de forma que os produtos cosméticos eram usados não só para disfarçar imperfeições, mas também para corrigi-las e tentar previní-las. O cuidar do corpo e ter carinho por ele passou a ser

enfatizado pela mídia, que associava o tema a valores como saúde, beleza e higiene, valorizando as formas do corpo feminino semi-nu nos anúncios.

Na década de 1970, as revistas femininas continham não só propagandas, mas também contos que revelavam o desejo das mulheres em conhecer seu próprio corpo, suas emoções, seus direitos e suas capacidades. A publicidade aproveitou desse tempo em que a mulher lutava pelos seus direitos ao tratar de assuntos feministas. Os anúncios de cosméticos defendiam a luta feminina, a partir do pressuposto de que se fosse garantida a liberdade a elas, mais as mulheres procurariam cuidar de si mesmas, segundo Sant'Anna (2003).

A partir da década de 1980, a beleza feminina passou também a ser um fator discriminante no mercado de trabalho, junto com os antigos fatores discriminatórios de sexo e raça. Essa discriminação pode ser considerada um dos fatores para a busca de uma melhor aparência e para o crescimento do setor de higiene pessoal e estético, segundo Dweck et al. (2005). Em uma pesquisa realizada por Hammermesh e Briddle (1994), na América do Norte, foi constatado que pessoas com aparência simples ganham menos do que as com boa aparência, e isso ocorre em todas as profissões. Uma outra pesquisa feita por Harper B. (2000) na Grã-Bretanha mostra que a aparência física afeta o diferencial de salários e as entrevistas de emprego tanto para mulheres quanto para homens. No Brasil, tal fato também foi comprovado através de uma pesquisa realizada por Sachsida et al (2004).

Segundo estudo de Dweck et al. (2005), no Brasil, a inserção da mulher no mercado de trabalho fez com que elas possuíssem rendas mais altas e, consequentemente, o consumo dos serviços para embelezamento aumentou, estimulando os sentimentos de vaidade e a preocupação com a aparência. Ademais, o medo de envelhecer também leva as mulheres a buscarem esses serviços. Esses comportamentos fizeram com que se sofisticasse e diversificasse os produtos e técnicas para embelezamento disponíveis no mercado.

A cultura é também um dos fatores que influenciam os padrões de beleza aceitos em uma sociedade. Segundo Castro (2004), no começo do século XX, a beleza era tratada como natural, e nunca como sendo resultante de um trabalho individual da mulher sobre seu corpo. Entretanto, a partir da metade do século XX, a beleza acaba se

tornando um "direito" feminino, ou seja, algo que depende unicamente dela. Se uma mulher possui defeitos na aparência, estes são produto de problemas individuais. Chegou-se ao ponto em que a falta de beleza se transformou em um problema clínico.

Considerando a dimensão cultural do corpo e da beleza, Gilberto Freyre (1987, apud Goldenberg, 2006) constatou a imitação que a mulher brasileira passou a fazer do modelo de mulher européia. Como exemplo, ele destacou três famosas: Vera Fisher, Xuxa e Gisele Bundchen, que seriam ícones "norte-europeizantes" que passam a ser imitados no Brasil. Em geral, no norte da Europa destaca-se a predominância de mulheres loiras. Para ressaltar essa imitação no Brasil, o autor verifica que a brasileira é uma das maiores consumidoras de tintura de cabelo. Tal cópia do padrão europeu pode ser percebida inclusive no concurso de Miss Brasil em 2005, no qual a maioria das concorrentes eram loiras e de peles claras. Isso não reflete a diversidade de tipos da mulher brasileira. Gilberto Freyre ainda conclui dizendo "Falta Brasil no Miss Brasil". Dessa forma, Freyre propunha uma consciência brasileira, na qual seria enaltecido o corpo miscigenado e equilibrado de contrastes, adeptas ao clima tropical brasileiro ao invés de seguir os padrões europeus (Goldenberg, 2006)

É importante destacar que a mídia exerce influência sobre o valor cultural do corpo, razão pela qual Melo (2004) decidiu fazer um estudo com três programas de auditório de televisão, sendo estes, "Caldeirão do Huck" (exibido pela Rede Globo), "Superpositivo" e "Descontrole" (Rede Bandeirantes), onde examinou o impacto da mídia eletrônica sobre os telespectadores jovens. Foram realizadas entrevistas com adolescentes de 16 a 18 anos em João Pessoa. Assim, sobre o culto ao corpo, a autora constatou que os programas de televisão, de um lado, reforçam o narcisismo contemporâneo, o que leva ao incentivo de comportamento individualista, e de outro lado, encoraja as atividades físicas, na busca do equilíbrio de uma vida saudável. Dentre as diversas conclusões da pesquisa, uma delas é que as imagens televisivas têm significativa influência sobre a imaginação dos jovens. Pelo menos 50% dos entrevistados se identificam com alguma estrela de televisão, de forma que almejam ser como eles na vida real (Melo, 2004)

Identidade e Imagem Corporal

De acordo com Limeira (2008), a identidade é definida por um consenso social, ou seja, uma pessoa é aquilo que os outros indivíduos pensam que ela é. A identidade de

um indivíduo é formada a partir da cultura em que vive, bem como das interações sociais. Assim, a procura das mulheres por tratamentos estéticos, visando criar certa imagem e construir sua identidade perante os outros, é influenciada pela sociedade e pela cultura.

Nesse sentido, Medeiros (2004) afirma que saber o significado que os indivíduos fazem de si, do seu corpo e o poder de sua imagem é parte do processo de construção da identidade social. Para a autora, este é um processo que "os indivíduos não podem fazer sozinhos, mas são reflexos e refletem as estruturas da sociedade, confrontando com os efeitos das forças sociais sofridos no interior dos indivíduos".

De acordo com Ostrowetsky (1990, apud Medeiros, 2004), a construção de uma identidade possui dois eixos: o da similitude e o da diferença. O primeiro se refere à necessidade dos indivíduos de se igualarem aos demais. A cirurgia reparadora, por exemplo, tende a atuar em indivíduos de modo a igualá-los aos demais. Além disso, a similitude se aproxima do desejo de normalidade. Já o eixo da diferença ocorre quando o indivíduo tem a necessidade de se diferenciar e ter uma identidade própria, visando uma originalidade e um ideal de beleza pessoal, na tentativa de diferenciação.

Nas sociedades contemporâneas, os indivíduos tentam construir suas identidades e suas relações sociais por meio do consumo. Uma das formas de consumo que mais cresce está relacionada com o culto ao corpo, gerando o crescimento dos setores de moda, serviços de beleza, cirurgias plásticas, e academias de ginástica. Segundo Castro (2008), o século XX tem sido marcado pelo desnudamento e pela flexibilidade cada vez mais acentuados, ou seja, a aparência física passou a depender cada vez mais do corpo e dos cuidados com ele.

Sobre a identidade feminina, Caixeta e Borbato (2004) explicam que a identidade é uma construção sócio-histórica, que muda de acordo com as interações com o próximo, e, na contemporaneidade, a identidade feminina tem diversas dimensões. É importante lembrar que a identidade da mulher nem sempre foi múltipla como é nos dias de hoje. Foi a partir do século XVIII, devido a diversas mudanças no campo político, econômico e social, como a ascensão da burguesia, início da industrialização e formação da sociedade capitalista, que se iniciaram as transformações nos papéis sociais tanto dos homens quanto das mulheres. Por exemplo, a família

burguesa composta de pai, mãe e filhos tomou o lugar da família feudal, e a criança passou a ser o foco, recebendo cuidados especiais. Nesta nova concepção de família, a mulher passou a viver para cuidar tanto dos filhos, os quais determinavam o futuro da família, quanto do marido, que lhe garantia o sustento. Este foi o momento em que a característica cuidadora da mulher foi sendo institucionalizada (Caixeta e Barbato, 2004). Na sociedade contemporânea, no entanto, a identidade feminina é construída a partir dos múltiplos papéis sociais desempenhados pelas mulheres, como os de mãe, esposa, filha, irmã, madrinha, profissional e cidadã.

Sobre a imagem corporal, Barthes (1982) a considera como uma resultante da influência que o ambiente exerce sobre os indivíduos, em um processo em que as representações corporais estão em constante transformação. Assim, nas palavras de Barthes: "meu corpo é para mim mesmo a imagem que eu creio que o outro tem deste corpo". Para Schilder (1994), a imagem corporal é a representação mental do próprio corpo, ou seja, a percepção que as pessoas têm de sua aparência física e aquilo que idealizam sobre seu corpo. Esta imagem é influenciada pelos padrões sociais e culturais, bem como pelas experiências individuais.

De acordo com Lipovetsky (2000), todas as ações que levam à busca do corpo ideal demonstram o poder que os modelos possuem na sociedade atual, como o modelo de conformidade estética, o que contradiz o ideal de autonomia individual e escolha própria. O autor explica que quanto maior a autonomia, maior o desejo de conformidade a esses modelos sociais de corpo. Isso se dá porque o individualismo e as pressões sociais de aderência às normas do corpo estão fortemente relacionados.

Assim, a imagem corporal possui significante impacto na auto-estima dos jovens, sendo que, se os padrões esperados não forem alcançados, a imagem da pessoa em relação a seu corpo pode se tornar negativa, levando à insatisfação e ao sentimento de ser alvo de críticas. Quando, por outro lado, tal imagem é positiva, os efeitos são opostos, gerando autoconfiança, auto-estima positiva e vitalidade. Em uma pesquisa feita pela Avon, foi descoberto que 81% das mulheres cuidam de suas aparências para si próprias, a fim de se sentirem bem consigo mesmas, segundo Medeiros (2004).

De acordo com Leal et al (2010), na contemporaneidade, além da supervalorização da juventude como um bem em si mesmo, acrescentou-se a ideologia

de um corpo não só jovem, mas também portador de medidas ideais. As representações sociais de um corpo magro, belo e jovem viraram mandamentos ligados à idéia de sucesso. Assim, o sacrifício exigido para modelar o corpo é compensado idealmente pela crença de um sucesso futuro. Para atingir um corpo ideal, muitos adotam práticas nocivas, que incluem regimes alimentares radicais e freqüentemente irracionais, lesões corporais pelo excesso de exercícios físicos, danos à saúde pelo uso de anabolizantes ou medicamentos para emagrecer (anorexígenos), distúrbios de imagem que acompanham as bulimias e anorexias, além de uma banalização das intervenções estéticas.

No Brasil, segundo o ponto de vista de Goldenberg e Ramos (2002), o corpo ideal buscado pelas brasileiras é aquele que é cuidado, trabalhado, não possui marcas indesejáveis e não possui excessos de flacidez e gorduras; é ele que deve ser mostrado, produzido e imitado. A obsessão por magreza e um corpo perfeito, no entanto, muitas vezes leva a problemas, tais como anorexia e bulimia.

Modificação Corporal

A modificação corporal se refere a uma longa lista de práticas que incluem o piercing, a tatuagem, o branding, o cutting, as amarrações e inserções de implantes para alterar a aparência e a forma do corpo, segundo Featherstone (1999). A lista dessas práticas poderia ser estendida para incluir a ginástica, o *bodybuilding*, a anorexia e o jejum – formas pelas quais a superfície corporal não é diretamente desenhada e alterada por meio de instrumentos que cortem, perfurem ou amarrem. Nessas práticas, o corpo é transformado por meio de uma variedade de exercícios e regimes alimentares, que constituem processos mais lentos, com efeitos externos, tais como o ganho ou a perda de massa, gordura ou músculos, que só se tornam observáveis após longos períodos de tempo.

Segundo Medeiros (2004), as alterações do corpo não são tão recentes, como pode ser percebido no caso das mulheres chinesas que costumavam reduzir seus pés, e nas tribos indígenas brasileiras, que aumentavam os lábios e perfuravam o nariz e as orelhas.

A busca pelo modelamento do corpo é possibilitada por inúmeras técnicas corporais já legitimadas na sociedade, e se enquadra em um amplo movimento social em que a técnica representa o principal artificio de controle da natureza. Além disso, o

uso dessas técnicas corporais representa a constituição de vínculos identitários e de sociabilidade, de acordo com Castro (2008).

Dentro desse cenário, no Brasil, na década de 1980, surge uma nova prática de culto ao corpo, denominada de fisiculturismo. Nascida na Europa no século XIX e difundida nos Estados Unidos a partir do início do século XX, o fisiculturismo, ou bodybuilding, é definido pela Confederação Brasileira de Culturismo e Musculação como o esporte que visa desenvolver o tamanho muscular entre definição, proporção, simetria estética e harmonia. Os praticantes devem se apresentar em um palco, fazendo coreografias de dança ou exibindo seus corpos dentro de micro-biquínis, em poses também coreográficas, nas quais procuram o melhor ângulo para exibir a definição muscular, sendo julgadas pela sua beleza e simetria corporal, nesse caso relacionada à definição muscular, como explica Botelho (2009). Em pesquisa realizada com mulheres que praticam o fisiculturismo, a autora constatou que essas mulheres valorizam o seu corpo, que foi esculpido e construído com muito empenho e dedicação, existindo da parte delas uma preocupação em se manter sempre com unhas pintadas, usando saias e blusas justas, salto alto, na tentativa de se afirmar como mulher, se contrapondo a idéia de que para se ter um corpo forte e musculoso é necessário ser homem.

Quanto ao uso das tatuagens, a pesquisa realizada por Leitão (2004) com mulheres tatuadas revelou que o uso da tatuagem faz parte de um elenco de outras práticas embelezadoras, como cirurgias plásticas, implantes de próteses de silicone nos seios e lipoaspirações. As decisões sobre a tatuagem e o uso de outras intervenções são, sobretudo, justificadas pelo desejo de sentir-se bem consigo mesma, remetendo à idéia do bem-estar próprio como um valor importante na contemporaneidade. A tatuagem ainda aparece como instrumento de sedução, que é acionada pelas mulheres entrevistadas como um atrativo nos jogos de sedução com seus parceiros. Uma das entrevistadas pela autora assim expressou as motivações e significados dessas práticas corporais:

"Eu nunca fiz lipo, mas faria sem problemas. Todas as minhas amigas já fizeram ou vão fazer lipo. E silicone então... é só o que tu vê! Uma vez eu fiquei com um cara e ele me disse: "A primeira coisa que eu olho numa mulher é o peito, pra ver se tem silicone... porque eu não gosto de mulher artificial." Mas essa não é a regra ultimamente. Agora todo mundo faz, e todos os homens

adoram, e não acham artificial. A mulher gosta e faz questão de dizer: "Sou siliconada", quer dizer, fez porque quis, mostra na cara que tem vontade de ficar mais bonita. Eu acho legal, não acho artificial"

Tratamentos Corporais Estéticos

A Medicina Estética compreende a prática da medicina a favor da saúde estética do indivíduo, envolvendo conhecimento médico e a aplicação de uma série de procedimentos médicos, orientações psicológicas, hábitos de vida e alimentares, estudos farmacológicos, e recursos tecnológicos, afim de prevenir, identificar, ou mesmo corrigir imperfeições de inúmeros tipos, segundo a Sociedade Brasileira de Medicina Estética – SBME (2010).

Um exemplo de tratamento de Medicina Estética bastante comum é a otoplastia, ou simplesmente, cirurgia plástica de orelha. Muitos indivíduos apresentam a "orelha em abano", que constitui uma identificação negativa, a qual gera caçoadas na infância que podem influenciar no comportamento infantil. Assim, o procedimento cirúrgico modela a orelha de forma a suavizar a aparência de orelhas acentuadas. Outro procedimento bastante comum é a mastoplastia estética de aumento, que consiste na introdução de próteses de silicone para o aumento do volume dos seios, o segundo mais frequente tipo de cirurgia plástica no Brasil (Goldenberg, 2006).

Quanto aos tratamentos corporais estéticos, estes são parte do conceito de modificação corporal num sentido amplo, segundo Braz (2005). Para este autor, dentro deste conceito estão incluídas as cirurgias plásticas e estéticas, que visariam tornar os corpos semelhantes a um padrão de beleza estabelecido, dentre outros fatores, pela moda. Assim, os corpos são reconstruídos, remodelados e ressignificados de diversas formas e com os mais variados propósitos estéticos, funcionais e sexuais.

De acordo com Leal et al (2010), a cirurgia é o ramo da medicina especializada no tratamento de deformidades, lesões ou doenças externas ou internas realizadas por meio de operações. A cirurgia plástica, por sua vez, tem por finalidade a reconstituição artificial de uma parte do corpo. A cirurgia plástica é dividida em cirurgia reparadora e estética, tendo a primeira a finalidade de recuperar a função e restaurar a forma ocasionada por alguma enfermidade, traumatismo ou defeito congênito. A cirurgia do tipo estética objetiva o embelezamento pela melhora da forma.

Segundo esses autores, atualmente o Brasil é um dos campeões mundiais em números de cirurgias estéticas, tendo sido realizadas em 2004 mais de 600.000 cirurgias plásticas. Dentre elas, 59% eram exclusivamente estéticas, de acordo com a Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica. Este tipo de cirurgia vem sendo popularizado, deixando de ser um procedimento restrito à classe alta. Além disso, a busca por procedimentos cirúrgicos vem aumentando no público masculino. No entanto, ainda é o sexo feminino que compõe quase a totalidade dos números de cirurgias, cerca de 90%, e os procedimentos mais procurados abrangem lipoaspiração, prótese e redução mamária, plástica de abdômen e rejuvenescimento da face. Estas mulheres têm, em geral, entre trinta e quarenta anos; contudo, a procura por parte de adolescentes é a que tem mais crescido nos últimos dez anos. As cirurgias masculinas compreendem um número menor, principalmente a correção de calvície, a lipoaspiração e o rejuvenescimento da face.

De acordo com Goldemberg (2006), em uma pesquisa realizada em 10 países, em 2003, foi constatado que as mulheres japonesas são as mais insatisfeitas com seus corpos, seguidas das brasileiras. Das brasileiras entrevistadas, 37% se disseram insatisfeitas com seus corpos e apenas 1% alegou que se acha bonita. Nessa pesquisa, foi possível perceber também que o Brasil é o país que mais valoriza as modelos e que mais da metade das mulheres já consideraram fazer cirurgias plásticas. A decisão de fazer cirurgias plásticas possui três motivos principais, sendo estes a diminuição dos efeitos do envelhecimento, corrigir defeitos físicos e a busca do corpo perfeito, sendo essa ultima a de maior crescimento no Brasil. O Brasil também é o segundo do mundo em relação à utilização de botox e silicone, essa última tendo praticamente quadruplicado em adolescentes em um período de 10 anos.

Outra forma de tratamento estético cada vez mais frequente é o laser, que é um equipamento que possui várias funções para tratamentos estéticos, como depilação a laser e remoção de manchas e linhas de expressão, sendo utilizado na dermatologia estética. Para 95% das terapias antienvelhecimento, ele é o mais indicado e funciona a partir da danificação de parte das células a fim de estimular a renovação, segundo Lopes (2010).

Uma pesquisa realizada por Leal et al (2010) junto a jovens universitárias detectou a banalização dos processos de cirurgia estética, visto que as pessoas passaram

a fazer cirurgias porque os outros fizeram e obtiveram bons resultados. Verificou-se que as pessoas optaram pelas cirurgias plásticas procurando se adequar aos padrões socialmente aceitos, e muitas acabaram frustradas, pois os resultados não foram exatamente os esperados. Há também uma preocupação com a saúde, visto que as possibilidades de problemas e infecções são minimizadas nessas cirurgias, comparativamente a outras práticas, como regimes alimentares radicais, anabolizantes e excesso de exercício físico.

Segundo os autores, ficou claro na pesquisa que muitas pessoas acreditam que o bom resultado justifica o sofrimento causado pelos tratamentos cirúrgicos, como revelam os depoimentos abaixo.

"No começo eu tive medo, mas acho que quando você tem vontade de fazer vale à pena, entendeu? Não é por causa de um medozinho que você não vai. Não é uma coisa perigosa, anestesia peridural."

"No pós-operatório, você se sente muito mal, a do nariz eu me lembro que eu pensei, ai meu Deus, por que eu fiz? Tanto na cirurgia do nariz como na do silicone, tudo que você quer é seu peito e seu nariz de volta antes mesmo de acabar a dor; mas também tudo dura muito pouco tempo, no nariz dura os dez primeiros dias e na do silicone oito, dez primeiros dias, mas depois você se esquece da dor."

De acordo com Vana (2009), dos tratamentos estéticos a cirurgia plástica é uma das mais procuradas pelo público jovem feminino, em que os procedimentos mais realizados são a lipoaspiração, a colocação do implante mamário para aumentar o volume das mamas, e a rinoplastia (plástica de nariz). Segundo a Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica, foram realizadas no país 629 mil intervenções de Agosto de 2007 à Agosto de 2008, sendo que 8% delas foram realizadas em adolescentes. Acredita-se que esses números elevados devam-se a dois fatores: o apelo da mídia, e o fácil acesso do ponto de vista financeiro. Nota-se que as jovens fazem cirurgias plásticas cada vez mais cedo e estão cada vez mais insatisfeitas estéticamente. Grande parte da insatisfação surge do convívio social, quando provoca problemas de auto-aceitação.

3.METODOLOGIA DA PESQUISA

Para responder aos objetivos geral e específicos da pesquisa, foram realizadas 12 entrevistas em profundidade com jovens de 18 a 24 anos da classe econômica A, segundo o critério Brasil (2009), e residentes na cidade de São Paulo, que já passaram por algum tipo de tratamento estético, como rinoplastia, lipoaspiração, introdução de próteses de silicone, etc, bem como com jovens que nunca passaram por tais tratamentos. A amostra foi escolhida através do critério de bola de neve, pelo qual cada entrevistada indica uma conhecida para participar de uma nova entrevista. Das 12 jovens entrevistadas, 7 já passaram por algum tipo de cirurgia estética e 5 não.

As entrevistas foram realizadas entre março e junho de 2011, nas casas das respectivas entrevistadas, ou em cafeterias, como o Starbucks, cuja localização fosse conveniente para a entrevistada.

A intenção foi focar nas motivações que levaram à utilização dos tratamentos, bem como compreender os significados atribuídos pelas jovens e as percepções sobre os resultados e as mudanças que tais tratamentos causaram. A partir das entrevistas, informações foram recolhidas e analisadas, entendendo a relação da decisão de tratamento estético com o contexto de vida das entrevistadas. Foi feita uma análise das entrevistas com base nos conceitos e teorias selecionados, a fim de entender o comportamento das consumidoras.

4. ANÁLISE DOS RESULTADOS

A análise da pesquisa foi dividida em seis pontos de foco. O primeiro é a descrição do perfil socioeconômico das entrevistadas e projetos de vida, o qual visa melhor compreender as entrevistadas, facilitando o processo de análise. Em segundo lugar, citaremos os tratamentos aos quais as entrevistadas foram submetidas e no terceiro tópico, analisaremos a origem e o desenvolvimento da idéia de fazer um tratamento estético, a fim de entender os fatores psicológicos e sociais que possuem influência na decisão de se submeter a um tratamento desse tipo, ou seja, as motivações e significados tanto para aquelas que fizeram uma cirurgia estética, quanto para aquelas que não fizeram. O quarto ponto a ser analisado são os fatores responsáveis pela escolha de um profissional para a realização do tratamento, o que é importante principalmente

para os próprios profissionais, a fim de obter um melhor direcionamento de suas ações de marketing. Na seqüência, visamos analisar o processo de adaptação e satisfação da entrevistada, entendendo o processo psicológico pós-cirúrgico até a satisfação (ou insatisfação), bem como as mudanças que o processo gerou na vida da jovem. Por fim, através do entendimento de todos os pontos abordados anteriormente, seremos capazes de sugerir possíveis ações de marketing que deverão ser tomadas pelos profissionais na área de medicina estética.

Perfil socioeconômico das entrevistadas e projetos de vida

As jovens entrevistadas possuem entre 18 e 24 anos, pertencem à classe A segundo o critério Brasil (ABA/ABIPEME) e são residentes da cidade de São Paulo. Vivem em bairros como Jardim Paulista, Jardim Europa, e Morumbi, considerados bairros de classes mais privilegiadas. São universitárias de cursos como Administração, Jornalismo, Moda, Música, Relações Públicas e algumas começaram a estagiar recentemente em empresas variadas como a PepsiCo, bancos como Goldmann Sachs ou agências de publicidade. Algumas vivem com seus pais e irmãos, e outras não, porque tiveram que abandonar suas respectivas casas e cidades por causa da faculdade. Algumas estão solteiras, outras namorando, mas todas gostam de fazer programas com amigos, como ir ao cinema, bares, baladas, etc. A maioria delas dá preferência a programas em grupos do que individuais, e muitas procuram dedicar um determinado tempo na semana para ficar com a família, já que suas respectivas faculdades as mantém ocupadas boa parte do tempo.

Todas são ainda sustentadas por seus pais, uma vez que nenhuma tem emprego fixo para pagar suas próprias contas, mas algumas já trabalharam temporariamente em lojas de roupas para juntar dinheiro e pagar uma viagem que desejavam. De fato, todas as entrevistadas demonstraram um enorme gosto por viagens, sejam elas com a família, sejam elas com os amigos.

Quanto aos projetos de vida, o casamento, a maternidade, e a conciliação entre a família e o trabalho são o sonho delas. Ainda assim, mesmo com o desejo de construir uma família com alguém, muitas delas destacaram a importância de ser independente não só financeiramente, mas também ser independente com relação a saber se virar sozinha, ter sua própria opinião e conseguir seguir sua vida sozinha se for preciso.

As jovens apresentaram certa preocupação quanto à alimentação balanceada e a prática de exercícios físicos. Algumas jogam esportes como voleyball, handball e futsal duas vezes por semana, e outras vão a academia com freqüência para aulas como spinning, abdominal e musculação. Além disso, para se cuidar, a maioria costuma ir ao salão de beleza fazer as unhas pelo menos uma vez a cada duas semanas, depilação, e quando não tem tempo, elas as fazem em suas próprias casas. Cuidar da pele através de cremes dermatológicos pode ser considerada uma prática comum entre elas. Por fim, um outro cuidado que muitas das entrevistadas tomam é a drenagem, muitas vezes recomendada durante o tratamento pós-cirúrgico.

"Atualmente não tenho muito tempo para cuidar de mim, não tenho tempo de ir na academia, mas eu tenho vontade de cuidar do meu corpo, então eu faço drenagem duas vezes por semana" (Entrevistada D)

A quantidade de visitas ao salão depende de cada entrevistada, pois enquanto há aquelas que preferem ter as unhas feitas semanalmente, há aquelas que dão mais prioridade aos cabelos, tomando até vitaminas para dar mais brilho, não comparecendo ao salão com tanta freqüência. Quando há um evento mais especial como uma festa importante, diversas têm o costume de ir aos centros de beleza para um penteado mais ousado, ou maquiagem mais marcante. Por outro lado, há uma entrevistada em específico que têm o costume de consultar blogs de maquiagem e moda, e gosta de fazer suas próprias unhas, hidratação, depilação, pois consegue fazer exatamente de seu gosto. O importante, segundo as entrevistadas, é estar bem consigo mesma.

"Eu tenho que me sentir bem comigo. Eu não faço uma coisa só porque estão fazendo ou uso só porque estão usando. Eu pego o que estão usando e adéquo a minha personalidade. Eu falo pra minha mãe: não é porque estão usando um chapéu de melancia que eu vou usar. O que eu vejo que cabe pra mim, eu pego. Eu gosto de estar bonita. Eu gosto de me olhar no espelho e falar: poxa, hoje você tá bem, sabe." (Entrevistada A)

Tratamentos estéticos

O procedimento mais procurado entre as brasileiras é a lipoaspiração, como citado no referencial teórico. Esta cirurgia envolve a retirada de gordura de uma devida região corporal determinada pela paciente. Dentre as sete entrevistadas que já passaram

por algum procedimento cirúrgico, duas passaram pela lipoaspiração, sendo uma na barriga e outra na região ao redor da axila.

Outra cirurgia bastante comum é o implante de silicone, pelo qual três entrevistadas passaram. Essa cirurgia consiste no aumento dos seios, ou correção dos mesmos. Dentre as entrevistadas que ainda não fizeram nenhuma cirurgia, duas afirmaram ter vontade de colocar o implante enquanto jovem, e as demais cogitam a possibilidade para quando mais velhas, de acordo com a necessidade.

A rinoplastia, ou cirurgia no nariz, pela qual três entrevistadas passaram, pode ser considerada um processo mais delicado, por lidar com um órgão mais visível, e que causa mais receio entre as que pensam ou decidem por fazer a cirurgia. A entrevistada abaixo relata esta situação:

"Eu estava super na dúvida se queria fazer o nariz, porque eu morria de medo, porque é um negócio no meio da cara, estampado. Por mais que eu conheça muito o cirurgião plástico, eu estava super apreensiva, primeiro porque eu vi umas fotos dele que eu não gostei, apesar de eu conhecer mil e uma plásticas dele que eu amo, e segundo porque eu estava super preocupada por ser um negócio no meio da cara." (Entrevistada B)

Já a blefaroplastia ou cirurgia das pálpebras, feita por uma das entrevistadas, é uma cirurgia pouco comum entre as jovens brasileiras, mas bastante conhecida entre as jovens de descendência asiática que querem projetar e abrir mais os olhos. Também denominada "cirurgia da ocidentalização", tal cirurgia representa uma mudança nos valores e na cultura oriental devido ao aumento do intercâmbio cultural com os países europeus nos últimos anos. Isso pode ser percebido da mesma forma que Gilberto Freyre retrata a sociedade brasileira atual, cada vez mais abandonando suas raízes.

"Minha mãe, minhas tias, todas sempre falaram que era para eu fazer, tanto porque eu não gostava do fato de um olho meu ser diferente do outro, quanto porque todas elas achavam mais bonitos os olhos com a dobrinha. É porque é assim, japonês geralmente não tem uma dobrinha nas pálpebras, e brasileiro tem. Com a cirurgia, além de o olho ficar com dobrinha, ele também fica maior, deixando o olhar mais bonito. Eu fiz mais a cirurgia para deixar meus olhos iguais, mas tenho uma prima que está morrendo de vontade de fazer e só quer

fazer para ficar com os olhos maiores, pois acha mais bonito, e diz que a maquiagem nos olhos fica mais chamativa. É engraçado porque quem é brasileiro nem nota essa dobrinha no olho, mas para gente é uma diferença e tanto." (Entrevistada E)

Motivações e significados

Em todas as entrevistadas, a motivação para realizar o tratamento decorreu da insatisfação das mesmas com seus corpos. Porém, para algumas entrevistadas, a opinião dos outros contribuiu de forma a reforçar a idéia de fazer uma modificação corporal, principalmente quando se trata de rinoplastia.

A entrevistada C explicou que era vitima de diversas formas de humilhação frente aos amigos, o que dificultava a auto-aceitação. Como a identidade é definida por um consenso social, e a identidade da entrevistada remete à forma que as pessoas pensam que ela é (Limeira 2008), ela tinha medo de que apelidos como "nariguda" tornassem parte de sua identidade. O que ela menos queria era ser lembrada no futuro por causa do tamanho do seu nariz, mas sim por sua simpatia, pela boa pessoa que é.

"Eu mudei de escola na minha cidade, para uma escola onde tinha umas pessoas mais chatinhas assim, e começaram a me zoar tipo bullying. Aí era muito dificil, porque eram os meninos que eu paquerava. No intervalo, eles falavam: Pinóquio. Pesado... Nunca esqueço disso. Uma amiga minha, sentada do meu lado, e eles falavam: E aí Helena, pegando uma sombrinha aí? E todo mundo dava risada. Na hora eu ria, mas quando chegava em casa ficava triste, chorando. Eu falava pra minha mãe: Não quero ser ponto de referência sabe, tipo ali do lado da nariguda. Eu quero ser conhecida por outras coisas, como por ser legal, ser inteligente." (Entrevistada C)

Além de haver uma estigmatização social real ou potencial, as jovens que optaram por fazer rinoplastia não estavam satisfeitas com sua aparência, não gostavam de tirar fotos, ou mesmo de se olhar de perfil.

"Já fazia uns três anos que minha irmã ficava enchendo o saco do meu nariz, e ficava falando que eu tinha um nariz muito grande, e como eu era magrinha quando eu era menor e tinha o rosto muito fino, eu comecei a reparar que ele

era realmente meio não atraente. Eu comecei a não gostar disso, e sei lá, eu não gostava nem um pouco do meu perfil." (Entrevistada B)

Outra jovem, por causa dos comentários de terceiros, que a fizeram desgostar de seu nariz, deseja fazer a cirurgia para aumentar sua auto-estima.

"Quando eu era menor, eu não sabia que meu nariz era assim, porque de frente não dá pra ver que ele é assim, e eu só me via de frente. Aí, às vezes tinha uns meninos, quando eu era bem pequena, que falavam que eu tinha um negócio no nariz. Mas aí eu comecei a perceber que eu tinha um caroço, sei lá, no meio do nariz, aí nas fotos de perfil eu comecei a perceber e tal, e eu não gosto. Sempre que eu me vejo de lado, eu falo: Ai, que horror." (Entrevistada H)

Sobre as pacientes que implantaram silicone, três fizeram por não estarem felizes com o tamanho de seus seios, o que fazia com que se privassem de vestir diversas vestimentas que consideravam inapropriadas, e não porque outros as influenciaram na decisão. Por exemplo, as jovens sentiam vergonha de ir pra praia, pois ficavam inibidas quando vestiam um biquíni.

"Eu queria fazer a prótese porque era uma coisa que tipo meu, eu olhava assim e me sentia muito mal, porque minha barriga era maior do que meu peito, era uma coisa muito estranha." (Entrevistada A)

"Desde os quinze anos, sempre fui insatisfeita com o tamanho do meu peito, me sentia super mal, não gostava de usar biquíni, só usava biquíni tomara-que-caia porque parecia um pouco maior. Quando eu colocava blusa decotada não me sentia bem, eu morria de vergonha." (Entrevistada D)

As motivações que influenciaram as pacientes de implante de silicone são as mesmas que influenciaram as pacientes de lipoaspiração. Ou seja, a idéia partiu das próprias entrevistadas, descontentes com determinada parte de seu corpo. Como cita Medeiros (2004), uma grande parte das mulheres cuida da aparência para si próprias, fruto do desejo de se sentirem bem com elas mesmas.

Porém, como explicam Barthes (1982) e Schilder (1994), sabemos que a imagem corporal, isto é, a percepção que a pessoa tem de seu próprio corpo, é influenciada pelos padrões sociais e culturais, bem como pelas experiências individuais na interação social.

Portanto, entendemos que, principalmente na fase da juventude, as pessoas são influenciadas pela opinião dos outros, que, por sua vez, reflete o padrão de beleza idealizado pela sociedade.

Uma das entrevistadas aproveitou o fato de que o pós-operatório da cirurgia de silicone exigia repouso, para fazer a lipoaspiração no mesmo dia.

"Aí eu falei: Mãe, já que eu vou pagar hospital, pagar médico, vou estar dopada, vou ter que ficar de recuperação, por que que eu não faço uma lipo junto? Já que vai fazer tudo isso, deixa eu fazer tudo junto!" (Entrevistada A)

Com respeito à jovem, de origem asiática, que fez a cirurgia da blefaroplastia, a origem da motivação surgiu da percepção de uma desigualdade entre suas pálpebras, desde que tinha doze anos, mesmo sabendo que pouquíssimas pessoas notavam tal diferença entre seus olhos. Além disso, já que a decisão envolve também uma questão de cultura, não houve nenhum amigo não-asiático que lhe disse para fazer a cirurgia, pois isto poderia soar como se este preferisse a fisionomia ocidental à oriental e levar a algum tipo de desentendimento.

"Desde pequena, sei lá, desde os doze anos, era uma coisa que me incomodava. Eu gosto de coisas simétricas, e isso me atrapalhava. Aí eu falei para minha mãe que era uma coisa que eu queria resolver, e que queria que existisse um jeito, e ela disse que existia, então eu comecei a pesquisar na internet médicos confiáveis no Brasil." (Entrevistada E)

Nesses casos, verificamos que houve o consentimento dos pais para que os tratamentos estéticos fossem realizados, o que pode indicar o compartilhamento dos mesmos valores e crenças em relação a uma imagem corporal idealizada, que se aproxime do padrão cultural. Porém, na grande maioria dos casos, as jovens entrevistadas sofreram ou ainda sofrem resistências para conquistar o tratamento desejado, seja pela influência dos pais, irmãos ou parentes, seja pelo medo da própria entrevistada quanto aos resultados, ou mesmo a insegurança em relação à competência do profissional.

A cirurgia que gerou maior fonte de resistências foi a rinoplastia, já que lida com a face. Nesse caso, a resistência é principalmente por medo de mudanças muito drásticas, que levem a resultados insatisfatórios.

"Não fiz, primeiro porque meu pai não deixa e fala que é meu estilo e eu sem esse nariz não vai ser eu. Segundo, porque muitas cirurgias que fazem pode piorar e não melhorar como a gente quer." (Entrevistada H)

"Minha mãe sempre falava que era a minha marca, que era muito importante levar a sua raça, levar a sua origem. Pra convencer meus pais foi um sacrificio. Pedia pra minha tia ligar pro meu pai pra tentar convencer ele. Foram 5 meses tentando convencer eles a ir no médico." (Entrevistada C)

Por esses casos, verificamos a força dos significados culturais associados ao corpo, relacionados à questão identitária, que envolve aspectos étnicos e vínculos familiares.

Com relação ao implante de silicone, parte significativa da resistência partiu dos pais, que diziam que o tratamento era desnecessário. Convencer as mães foi fácil, segundo as entrevistadas, inclusive boa parte das mãe até incentivava suas filhas pois acreditavam que assim elas se sentiriam mais seguras de si, e mais contentes com seus corpos. Por outro lado, convencer os pais foi mais complicado. Uma das jovens chegou a expor seu corpo ao pai para que ele percebesse por si mesmo que os seios dela eram pequenos, e outra precisou de longas horas de conversa para provar a ele que não era somente uma questão estética, mas emocional.

"Meu pai falou: Ah, você é muito jovem, não precisa disso. Você tem peito, olha aqui na blusa, você tem peito. Eu falei: Pai, espera aí. Fui na frente dele, tirei a blusa, e falei: Pai, meu peito está lá na cadeira, vem aqui. Deitei e falei: Baixa a cabeça aqui, olha, meu osso externo é mais alto que meu peito. Ele só aceitou depois que eu fiz isso. E eu pensava: Estou lá namorando, o cara ta lá...e aí? O peito ficou lá na cadeira, junto com o sutiã. Eu precisava de alguma coisa definitiva." (Entrevistada A)

"Quando eu fui conversar com meu pai, ele sentou e falou: Quando seu irmão foi para um SPA, era uma coisa para saúde, não tinha nem o que discutir. Já o seu negócio é estético. Então, eu tive que mostrar para ele que não era só estético, e que também era psicológico. Não era só uma pintinha que estava me incomodando na minha bochecha. Era um negócio que me fazia mal, eu realmente ficava mal por causa daquilo." (Entrevistada B)

No caso da blefaroplastia, a maior fonte de dificuldade foi o tempo para encontrar um médico com o qual a paciente se sentisse segura, e que executasse exatamente o método de sua preferência. A cirurgia das pálpebras pode ser feita tanto de modo interno quanto externo, e a entrevistada queria que fosse pelo modo interno.

"A maior dificuldade foi encontrar um cirurgião que conseguisse fazer. É que existem dois métodos de fazer, e um corria risco de deixar quelóide, que tem que fazer um corte por fora e a recuperação é bem mais demorada. Como oriental já tem propensão a ter quelóide, e eu tenho duas ou três cicatrizes, o médico disse que era um mau sinal. Ele disse: eu não aconselho porque quelóide você simplesmente não conserta, e é um risco muito grande para uma coisa muito pequena. A não ser que você encontre um médico que faça pelo outro método. Foi aí que eu comecei a procurar um médico bom nesse segundo método, e isso demorou anos." (Entrevistada E)

Quanto às entrevistadas que não fizeram nenhuma cirurgia, algumas não a fizeram por sentirem que não há necessidade atualmente. Porém, pretendem fazer correções quando mais velhas, conforme forem aparecendo a necessidade.

"Eu tenho vontade sim de fazer alguma cirurgia, mas quando eu for mais velha, para rugas, ou para tirar olheiras. Também quero fazer alguma coisa para levantar os seios quando tiver mais caído e eu tiver mais velha, quero dar uma levantada assim." (Entrevistada K)

Nesse caso, verifica-se que a consciência da "necessidade" está associada à percepção positiva ou negativa do próprio corpo. A imagem da velhice, por exemplo, é associada à perda do vigor e da beleza física, o que leva à percepção da "necessidade" de tratamento estético.

Por outro lado, há aquelas que desejam fazer cirurgia estética, mas não fizeram. Os principais motivos da não realização são as resistências exercidas por parte dos pais, os quais são contra a idéia, ou o medo de um resultado insatisfatório. Assim, as resistências pelas quais essas jovens passaram foram as mesmas das jovens que fizeram cirurgia. A superação das resistências está relacionada, em alguns casos, com a experiência positiva vivenciada pelos familiares em tratamentos estéticos, indicando

também o compartilhamento de valores e crenças em relação a padrões de beleza, especialmente por parte das mulheres da família.

"Eu queria por silicone antes de ter filho, mas meus pais não querem me deixar. Se eu pudesse eu já teria feito. Minha mãe morre de medo e fala que o meu corpo ainda não tá formado, que ainda vai mudar, então ela não deixa. Como eu não posso pagar por eu mesma, por enquanto não vai rolar." (Entrevistada L)

Por enquanto, a entrevistada busca formas de disfarçar o tamanho de seus seios através do uso de sutiãs de bojo e biquínis tomara-que-caia, por exemplo, os quais dão uma aparência maior e reduzem a percepção da insatisfação por parte da própria jovem.

Critérios de escolha do profissional

A partir das entrevistas, pode-se destacar três fatores direcionadores da escolha do profissional, sendo o primeiro e principal deles a indicação da família. Das sete jovens que passaram por algum tratamento estético, quatro gostaram de resultados de experiências cirúrgicas na família, já que além do profissional ter realizado um bom trabalho no tratamento em si, manteve contato e bom relacionamento com a paciente no pós-operatório, por isso elas procuraram somente este médico recomendado pelos parentes.

Depois de terem convencido os pais, uma consulta foi suficiente para que as quatro jovens iniciassem os exames pré-operatórios, negociassem o preço, sem se dar o trabalho de procurar outros profissionais. Todas prezavam bastante pela confiança, e principalmente pela alta qualidade do serviço oferecido pelo profissional indicado pelos parentes, e assim não hesitaram na decisão de fazer a cirurgia com eles.

"A minha mãe procurou vários médicos para ela, mas na minha vez, como eu tinha visto que o dela tinha ficado bacana, eu fui direto no dela." (Entrevistada A)

"Se não fosse amigo do meu pai eu não teria corrido atrás, eu fui só nele, me consultei só nele, minha irmã já tinha feito uma cirurgia com ele e ela gostou muito do resultado. Ele é muito amigo do meu pai, já trabalhou com ele, e eu encontro com ele sempre, então eu confio." (Entrevistada G)

O segundo fator responsável pela escolha do profissional foi a fama do mesmo, aliada ao fato de as pacientes conhecerem pessoas que já tinham se consultado com ele e que tinham gostado do resultado. A partir de muita consulta na internet e conversas informais, decidiram pelo fato de o médico ser bastante conhecido e ter fama de ser um profissional de alta qualidade.

"As minhas primas tinham feito em um, mas eu não gostava do nariz delas, e não queria envolver a família porque elas dão muita opinião. Aí minha amiga fez em outro que era um cara que eu odiava em Lins, apesar do nariz dela ter ficado bonito, porque ele era um grosso, não era um cara legal. Aí nesse que eu fui, eu fui porque sabia que ele tinha um nome super famoso, e também porque eu até conheci uma mulher que fez com ele e ficou bom. Mas foi mais pelo nome mesmo, e porque todos diziam que ele era muito bom." (Entrevistada C)

"Demorei tanto para fazer por causa da dificuldade de encontrar um cirurgião que fizesse do jeito que eu queria. Apesar de ele não ser o cirurgião da minha tia, ela me falou dele, disse que ele fez especialização no Japão, e foi muito bem recomendado por várias amigas dela. Além disso, médico igual a ele com o treinamento que ele fez, não tem muitos no Brasil." (Entrevistada E)

O terceiro fator responsável pela escolha do profissional consiste na segurança, honestidade, e confiança percebida na hora da consulta. Uma das jovens afirmou ter feito consulta com três médicos diferentes por meio de indicações, mas a escolha de um dos três para fazer sua cirurgia baseou-se na identificação que teve com ele.

"Sentei lá e ele deu literalmente uma aula de tudo, falou os prós e contras de por embaixo do músculo, aí ele tem tipo uma lousinha no consultório que ele vai tipo desenhando, então fica tudo super claro na sua cabeça, e ele te passa a maior segurança." (Entrevistada D)

No caso de uma das entrevistadas que fez cirurgia no nariz, a jovem resolveu seguir as indicações do seu otorrinolaringologista e marcou uma consulta com o um cirurgião plástico. Segundo ela, o doutor lhe passou tanta confiança, e foi tão honesto quanto aos riscos que ela corria, que logo após a primeira consulta decidiu que era com ele que gostaria de fazer seu tratamento.

"Eu gostei muito dele, ele foi muito honesto na consulta, então acabei optando por ele. Ele falou que meu nariz era muito torto, e podia ser que o nariz não ficasse totalmente reto depois do procedimento. Como eu disse anteriormente, eu gostei muito da honestidade dele, e foi o único que consultei." (Entrevistada F)

Esses três fatores também podem ser percebidos nas entrevistas das jovens que não fizeram nenhum tratamento estético, caso as mesmas optassem por fazê-lo. A jovem tem a necessidade de se sentir segura para tomar essa decisão, e tal segurança é adquirida através do histórico de operações do profissional, e do seu perfil.

"Eu procuraria indicações, e ia procurar o histórico do cara, e não simplesmente o primeiro cara que eu visse. Eu ia pesquisar isso, porque querendo ou não, é uma cirurgia que vai, tipo, mudar seu corpo para sempre. Então você tem que ter certeza do que está fazendo." (Entrevistada J)

"Eu ia ver o histórico do médico, quem que ele já operou de famosos, essas coisas, para ver se realmente eu confio." (Entrevistada I)

Processo de adaptação e satisfação

Com relação ao processo de adaptação pós - tratamento, o período de recuperação é variado. A cirurgia de rinoplastia por exemplo, normalmente incha o rosto como um todo, e a paciente fica com marcas roxas espalhadas pela face, portanto de imediato, o choque desta é grande. O aspecto deixado no pós-cirúrgico pode gerar arrependimento no curto prazo, o qual é neutralizado no longo prazo à medida que os efeitos desaparecem.

"Na hora que eu tirei o curativo, fiquei super chateada, chorei por várias semanas...eu me arrependi na hora que eu tirei. Depois eu gostei, depois estava ok. Mas a recuperação do nariz, você se sente carregada, com dor de cabeça, tudo pesa, é horrível a recuperação do nariz." (Entrevistada B)

Por outro lado, há jovens para quais a satisfação foi imediata, pois a vontade de modificar a aparência de seu nariz era tão grande que se conformaram com a idéia de que o inchaço era parte do processo.

"Ai ele tirou o gesso, e botou esparadrapos, e você fica olhando e é muito estranho. Você se olha no espelho e não se reconhece, e aí tava muito inchado ainda, hoje é metade do que era, mas mesmo assim eu já adorava. Passava o dia inteiro no espelho." (Entrevistada C)

Sobre a lipoaspiração, uma das jovens, que fez tal tratamento junto com o implante de silicone, teve maior dificuldade de recuperação no pós-operatório, pois não conseguia sentar, nem fazer força nos braços, e para qualquer coisa que envolvesse movimentos, mesmo que pequenos, como ir ao banheiro e tomar banho, precisava do auxílio de sua mãe ou enfermeira. Ainda assim, em nenhum momento ela disse que se arrependeu do que fez, pois acredita que os benefícios foram muito maiores e superam qualquer dor.

"Na minha barriga parecia que tinha um caminhão, parecia que eu estava dentro de uma roupa cheia de agulhas, e o caminhão passou em cima de mim, sabe, latejando assim. E pra ir ao banheiro, eu não conseguia sentar, porque ia machucar minha bunda, não conseguia segurar na minha mãe para ela me segurar porque não podia fazer força. Meu, ela me pegava aqui no pescoço, e eu pegava no pescoço dela para não sentar com toda força. Na hora passou muito devagar, mas depois passou muito rápido, sabe. Nem lembro da dor; os beneficios foram muito maiores, mas foi um tempinho assim." (Entrevistada A)

Já no caso da paciente que só fez a mamoplastia, em vez de duas cirurgias juntas, a satisfação foi imediata e a recuperação mais tranquila. A satisfação no caso se associa diretamente a naturalidade da aparência dos seios, sem deixar qualquer aspecto artificial visível. Este é um ponto em comum entre todas as entrevistadas que fizeram implante mamário; o aspecto natural era prioridade para todas.

"Ninguém diz que é silicone, todo mundo acha que é natural. Na Daslu, outro dia, quando surgiu esse assunto e descobriram que eu tinha, ninguém acreditava. Até porque eu queria um peito proporcional sabe. Eu queria ter um peito só, não queria aqueles peitos Pamela Anderson. Queria super natural e graças a Deus ficou do jeito que eu queria." (Entrevistada D)

Com respeito à paciente que passou pelo tratamento de blefaroplastia, a satisfação foi imediata e a recuperação muito rápida. Isso é um reflexo do

profissionalismo do médico, que por ter feito diversos cursos, conhece diversas técnicas que reduzem os efeitos pós-cirúrgicos. Porém, a mudança trazida pelo tratamento é tão pequena que poucas pessoas percebem.

"Na verdade nem fisicamente muita gente percebeu, e isso era uma coisa que eu tinha perguntado até para o medico porque eu não queria que fosse uma coisa super drástica. Mesmo porque nem é uma coisa que faz tanta diferença assim, e era uma coisa mais pessoal mesmo." (Entrevistada E)

No geral, tanto nos casos em que a entrevistada ficou totalmente satisfeita, quanto naqueles em que houve problemas e o resultado final não condiz com o esperado, houve um aumento significativo da auto estima da jovem. Isso pode ser percebido, em algumas vezes, pela mudança no hábito, como por exemplo, maior ousadia nas roupas por aquelas que colocaram implante de silicone. No caso das que fizeram a rinoplastia, a ousadia transpareceu na questão do namoro. As garotas se sentiam mais seguras com sua aparência para atrair os meninos.

"O resultado não condiz com o esperado, eu até pensei em fazer outra cirurgia, porque eu não fiquei contente. Mas apesar de eu não ter ficado contente com o resultado, minha auto-estima é muito mais alta agora. Meu nariz não é maravilhoso, mas eu tenho certeza que me sinto muito melhor comigo mesma. Nossa, eu sou outra pessoa hoje em dia. Eu mudei muito, sou muito, muito mais confiante hoje em dia do que eu era quando eu não tinha feito a cirurgia, até me sinto mais confiante perante os meninos, o que é muito importante, óbvio." (Entrevistada F)

"É lógico que agora eu acho muito mais bonito quando fica com o decote, antes eu tinha restrição de algumas blusas muito decotadas que dava para ver o sutiã. Hoje em dia não." (Entrevistada A)

Sem exceção, todas as jovens entrevistadas afirmaram que fariam de novo o tratamento, o que demonstra a satisfação que elas tiveram com as cirurgias. Inclusive o contentamento com o resultado da operação levou muitas das entrevistadas a considerarem a idéia de fazer outro tratamento.

"Eu tive vontade de fazer outra, eu queria fazer um pouco de lipo na gordurinha localizada na barriga. Eu me incomodo muito com isso que eu chamo de pochete." (Entrevistada D)

"Eu passaria, eu passaria numa boa pelo processo cirúrgico novamente. Eu acho que realmente vale a pena." (Entrevistada G)

Possíveis ações dos profissionais de estética

O sucesso de um profissional nessa área inclui principalmente três aspectos: sua competência técnica e experiência; sua forma de lidar com as pacientes; e obter recomendações por parte de ex-pacientes. Um profissional conquista as pacientes por meio da relação com as mesmas durante todo o processo, o qual envolve o préoperatório, a cirurgia em si, e o pós-operatório. Quanto maior o grau de contato, maior a preocupação demonstrada, e maior a confiança despertada nas clientes.

Boa parte das entrevistadas fez a escolha do profissional durante a consulta. Isso significa que a atuação do profissional no primeiro encontro é fundamental para o convencimento de suas clientes. Ou seja, o profissional procura estabelecer uma identificação com seu paciente, abrindo um leque de opções que satisfaça suas vontades. Isto faz com que a jovem não se sinta pressionada pelas escolhas do médico; muito pelo contrário, ela deve sentir que é a protagonista das escolhas.

Sendo assim, pode-se dividir as ações de marketing em duas etapas que constituem um ciclo. A primeira consiste na própria consulta, na qual o profissional tenta conquistar a confiança, estimular a segurança, tirar dúvidas e criar identificação da paciente. É nesta etapa que ocorre a decisão final da escolha ou não de um determinado profissional e é nessa etapa que o profissional realmente age. A segunda etapa diz respeito ao dito "boca-a-boca" entre pacientes, que vai ser resultado da satisfação ou insatisfação de uma paciente com a primeira etapa. Como a indicação é a principal forma de busca de profissionais de estética, um bom resultado levaria a paciente a indicar o médico para uma terceira, a qual marcaria uma consulta, retornando a primeira etapa.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa visou abordar os tratamentos estéticos aos quais as jovens entrevistadas foram submetidas, de modo a verificar como se deu a tomada de decisão tanto do tratamento, quanto do prestador de serviço. Além disso, buscou entender os motivos e significados para as jovens que fizeram e as que não fizeram as cirurgias estéticas, a percepção do resultado do tratamento por aquelas jovens que fizeram, e as mudanças nas vidas das mesmas. Por fim, visou identificar as ações de marketing para que os prestadores de serviço de medicina estética possam melhor atender as expectativas e desejos do público.

A análise dos resultados revelou que a idéia de fazer uma cirurgia estética parte da própria jovem e sua insatisfação com certa parte de seu corpo. Porém, para algumas entrevistadas, a opinião dos outros contribuiu de forma a reforçar a idéia de fazer uma modificação corporal, principalmente quando se trata de rinoplastia. Os resultados indicam que a imagem corporal, isto é, a percepção que a pessoa tem de seu próprio corpo, é influenciada pelos padrões sociais e culturais, bem como pelas experiências individuais na interação social. Portanto, entendemos que, principalmente na fase da juventude, as pessoas são influenciadas pela opinião dos outros, que, por sua vez, reflete o padrão de beleza idealizado pela sociedade.

As modificações corporais fazem parte da construção da identidade das jovens, a qual é influenciada pelas interações sociais e cultura na qual a jovem vive, como afirma Limeira (2008). Se as jovens vivessem em locais onde os valores fossem diferentes e certas partes do corpo não fossem tão valorizadas, possivelmente não se sentiriam insatisfeitas com tais partes de seus corpos e não se sujeitariam a passar pelas cirurgias pelas quais passaram. Dessa forma, verifica-se o desejo de conformidade proposto por Lipovetsky (2008).

Os tipos de resistência pelas quais as jovens costumam passar são principalmente o não apoio dos pais ou parentes, o medo de resultados insatisfatórios, ou a dificuldade de achar um profissional em que confie. Tais resistências são as principais responsáveis pela demora na realização da cirurgia, ou pela não realização da mesma. Porém, isso não impediu àquelas que fizeram a cirurgia de atingirem seus objetivos, nem àquelas que não fizeram de continuarem tentando.

Os principais fatores responsáveis pela escolha do profissional são a indicação, a fama do profissional e a confiança. Ou seja, para buscar um profissional, a maior parte das jovens costuma buscar indicações de familiares e conhecidos, que já tenham passado por tratamentos similares. Uma segunda opção bastante recorrente é a procura por profissionais famosos que tenham um bom histórico de atendimento. Por fim, em todos os casos, a escolha final se dá pela confiança adquirida com o profissional durante a primeira consulta.

Quanto ao processo de adaptação, o mesmo varia de acordo com o tipo de cirurgia, de modo que cirurgias mais delicadas ou com maior visibilidade necessitam de maior tempo de adaptação e leva mais tempo para que se obtenha satisfação. Independente do resultado ser o esperado ou não, sempre que há uma melhora do estado inicial, há um aumento da auto-estima; normalmente, as jovens entram com a idéia de que não há a possibilidade de piora. Dessa forma, a pesquisa confirma a teoria de Medeiros (2004) que relaciona os resultados com a auto-estima.

O sucesso de um profissional nessa área inclui principalmente três aspectos: sua competência técnica e experiência; sua forma de lidar com as pacientes; as recomendações por parte de ex-pacientes. Sendo assim, buscando atrair mais clientes e mantendo a fidelidade das já existentes, a principal ação de marketing que o profissional deve tomar diz respeito ao seu comportamento durante a primeira consulta, já que ele é o responsável pela escolha da cliente por seu tratamento. Dessa forma, ele deve demonstrar possuir conhecimentos, mas sem inibir a paciente, e deixando a mesma fazer suas escolhas. Além disso, ele deve passar segurança e confiança às potenciais pacientes. Como conseqüência, gera-se a troca de informações entre familiares e amigos, de acordo com seu desempenho em todas as fases do processo, e não somente na cirurgia em si. Com esse boca-a-boca, espera-se que o profissional consiga atrair novas consultas e faça seu marketing pessoal.

As limitações da pesquisa referem-se à pequena amostra de pessoas entrevistadas, o que impossibilita maior aprofundamento na análise e possíveis generalizações. Também poderiam ter sido entrevistados os profissionais de medicina estética, para entender suas práticas atuais, bem como suas percepções do comportamento das jovens.

Os resultados da pesquisa, no entanto, possibilitam a construção de hipóteses para verificação em estudos mais amplos com análises estatísticas. Para os profissionais da área, os dados sobre o comportamento das jovens podem ser utilizados para o aperfeiçoamento de suas práticas profissionais.

BIBLIOGRAFIA

BARTHES, R. Encore le corps. Critique. Paris. n. 423-424, 1982, p. 645-654.

BOTELHO, Flávia Mestriner. Corpo, risco e consumo: uma etnografia das atletas de fisiculturismo. Revista Habitus: revista eletrônica dos alunos de graduação em Ciências Sociais - IFCS/UFRJ, Rio de Janeiro, v. 7, n. 1, p. 104-119, jul. 2009.

BRAZ, Camilo. Além da pele: reflexões sobre a extreme body modification em São Paulo. Os urbanitas, ano 2, vol 2, n 3, 2005

CASTRO, Ana. Imagens do Corpo e Cultura de Consumo. Disponível em : http://www.comciencia.br/comciencia/index.php?section=8&edicao=36&id=426. Acesso em : 25/05/2010

DWECK, R. H. A beleza como variável econômica - reflexo nos mercados de trabalho e de bens e serviços. Texto para Discussão n 618, IPEA, Rio de Janeiro, 1999.

DWECK, Ruth H.; SABBATO, Alberto; SOUZA, Frederico. O impacto socioeconômico da beleza – 1995 - 2004. Rio de Janeiro: IPEA, 2005.

FEATHERSTONE, Mike. "Body Modification: An Introduction", in: Body & Society, Vol. 5 (2-3), London: Sage Publications, 1999, pp. 1-13.

FERREIRA, Anna Célia Affonso dos Santos. O comportamento do consumidor jovem. In: SEMEAD VI Anais dos Resumos dos trabalhos São Paulo - SP, 2003.

FREYRE, G. Modos de homem, modas de mulher. Rio de Janeiro: Record, 1987. Apud Goldemberg, M. O Corpo como Capital: para Compreender a Cultura Brasileira.

GARRINI, Selma P. F. Do Corpo Desmedido ao Corpo Ultramedido: Reflexões sobre o Corpo Feminino e suas Significações na Mídia Impressa, 2007.

GOLDENBERG, M. O corpo como capital: para compreender a cultura Brasileira. Revista Arquivos em Movimento, Rio de Janeiro, v. 2, n.2, julho/dezembro, 2006

GOLDENBERG, M.; RAMOS, M.S. A civilização das formas: o corpo como valor, p.19-40. In M. Goldenberg (org.) Nu & Vestido: dez antropólogos revelam a cultura do corpo carioca. Rio de Janeiro: Ed. Record, 2002

HAMERMESH, Daniel S; BIDDLE, Jeff E. Beauty and the Labor Market, American Economic Review, Vol. 84, Issue n. 5, December 1994, pages 1174-94

HARPER, B., Beauty, Stature and the Labour Market: A British Cohort Study, Oxford Bulletin of Economics and Statistics, 62, 2000, pp.771-800

LEAL, Virginia C.L.Verde; CATRIB, Ana M. F.; AMORIM, Rosendo F.; MONTAGNER, Miguel. O corpo, a Cirurgia Estética e a Saúde Coletiva: um estudo de caso. Ciências da saúde coletiva, 2010, vol.15, n.1, pp. 77-86

LEITÃO, Débora Krischke . Mudança de Significado da Tatuagem Contemporânea. Cadernos IHU Idéias, ano 2, nº 16. Unisinos, Porto Alegre, 2004

LIMEIRA, Tania M.V. Comportamento do Consumidor Brasileiro. São Paulo : Saraiva, 2008.

LINHARES, Juliana; RIZEK, André; MIZUTA, Erin. Geração Vaidade. Revista Veja, Edição 1904, 2005. Disponível em : http://veja.abril.com.br/110505/p_084.html. Acesso em : 19/05/2010

LIPOVETSKY, Gilles. O Império do Efêmero: A moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo, Companhia das Letras, 1989.

LOPES, Adriana. Laser : A Medicina da Luz. Revista Veja, Edição 2146, 2010. Disponível em : http://veja.abril.com.br/060110/laser-medicina-luz-p-068.shtml>. Acesso em : 14/05/2010

MALYSSE, Stéphane. Em busca dos (H)alteres-ego: olhares franceses nos bastidores da corpolatria carioca. In: GOLDENBERG, Mirian (org.). Nu & vestido. Rio de Janeiro: Record, 2002.

MEDEIROS, M.S. Imagens, Percepções e Significados do Corpo nas Classes Populares. Sociedade e Estado, Brasília, v. 19, n.2, p. 409-439, jul./dez. 2004

OSTROWETSKY Sylvia. L'identité et culture. In: Seminário do Curso de Sociologia. Université de Picardie, Amiens, França, 1990. Apud Medeiros, M.S. Imagens, Percepções e Significados do Corpo nas Classes Populares, Sociedade e Estado, Brasília, v. 19, n. 2, p. 409-439, jul./dez. 2004

PETILLO, Alexandre. Só será feio quem quiser. Revista Superinteressante, Edição 209a, 2005. Disponível em : http://super.abril.com.br/saude/so-sera-feio-quem-quiser-445504.shtml>. Acesso em: 10/05/2010

ROCHA, Everardo. A mulher, o corpo e o silêncio: A identidade feminina nos anúncios publicitários. Fevereiro 2004. Disponível em: http://publique.rdc.puc-rio.br/revistaalceu/media/alceu_n3_Everardo.pdf>. Acesso em: 24/05/2010

ROCHA, Everardo. Mídia, Cultura e Comunicação. Out, 2009. Disponível em: http://www.comciencia.br/comciencia/index.php?section=8&edicao=36&id=427>. Acesso em: 25/05/2010

RODRIGUES, Jota. Clínica Dr. Jota Rodrigues: Estética, 2007. Disponível em http://www.drjota.com.br/estetica_accent.htm. Acesso em : 03/05/2010

SACHSIDA, A.; Loureiro, P. R. A.; Mendonça, M. J. C. Um estudo sobre retornos em escolaridade no Brasil. Revista Brasileira de Economia, 58, p. 249-265, 2004

SANT'ANNA, Denise B. A Insustentável Visibilidade do Corpo. Revista Eletronica Lybris, Estudos Feministas, número 4, agosto/dezembro 2003.

SBCP, Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica. Biblioteca Virtual. Disponível em: http://www2.cirurgiaplastica.org.br/index.php. Acesso em :12/12/2010

SBME, Socidade Brasileira de Medicina Estética. História da Medicina Estética. Disponível em : http://www.sbme.org.br/portal/pagina/13/quem-somos.shtml>. Acesso em: 09/12/2010

SCHILDER, P. A Imagem do Corpo: as energias construtivas da psique. São Paulo: Martins Fontes, 1994.

SWEETMAN, Paul. 'Anchoring the (Postmodern) Self? Body Modification, Fashion and Identity'. In M. Featherstone (ed.), Body Modification. London: Sage, 2000

VANA, Philipe. Jovens Fazem Cirurgia Plástica cada vez mais cedo. Março, 2009. Disponível em: . Acesso em : 20/05/2010

ZAKABI, Rosana. Vaidade Dá Mais Dinheiro. Revista Veja, Edição 2025, 2007. Disponível em: http://veja.abril.com.br/120907/p_120.shtml. Acesso em: 14/05/2010

APÊNDICE

1. Roteiro de perguntas para as entrevistas

- 1. Qual o seu nome?
- 2. Qual a sua idade?
- 3. Sexo
- 4. Critério Brasil (número de televisão em cores, rádio, banheiro, automóvel, empregada mensalista, máquina de lavar, vídeo cassete ou DVD, geladeira, freezer)
- 5. Fale um pouco sobre sua família, seus amigos e colegas de faculdade.
- 6. O que você espera do seu futuro?
- 7. Você namora?
- 8. Além de estudar, que outras atividades você costuma fazer nas horas vagas?
- 9. O que você faz no dia-a-dia para você se cuidar?
- 10. Você já fez algum tratamento estético?
- 11. Se sim, o que você fez? Se não, quais motivos a impedem de fazê-lo?
- 12. Como surgiu a idéia de fazer um tratamento estético? Partiu de você mesma ou de outra pessoa?
- 13. Quanto tempo você levou para fazer o tratamento após ter tido a idéia?
- 14. Com quantas pessoas próximas (amigos e familiares) você conversou sobre o assunto?
- 15. Houve algum fator contra a sua decisão pelo tratamento?
- 16. Quantos profissionais foram consultados até você decidir que iria passar pelo tratamento?
- 17. Como você escolheu o profissional responsável pela cirurgia?
- 18. O preço do tratamento foi determinante na escolha do seu prestador de serviço?
- 19. O resultado obtido condiz com o esperado? Esperava que algo tivesse sido diferente?

- 20. A percepção da satisfação com o serviço foi imediata ou demorou um certo tempo?
- 21. As pessoas notaram diferença no seu comportamento pós cirúrgico?
- 22. Em algum momento no processo de readaptação você se sentiu arrependida?
- 23. Após a primeira cirurgia você teve vontade de fazer outra? Por quê?
- 24. Como você se sente hoje após a cirurgia?
- 25. O que você faria diferente se fosse fazer uma nova cirurgia?

2. Perfil das Entrevistadas

Entrevistada A	Jovem de 21 anos, universitária do terceiro semestre de Administração, namora, mora com pais, irmã mais velha e animal de estimação, residente em São Paulo, mas criada no interior, gosta de visitar blogs de moda e maquiagem, yoga, aulas de alemão, ver filme e ir no cinema com pais ou namorado e fazer argila no rosto. Faz drenagem freqüentemente, faz sua própria unha toda semana, arruma seu próprio cabelo e gosta de se maquiar e maquiar os outros. Valoriza ter seu próprio tempo para se arrumar para sair. Do futuro, espera ser feliz e conseguir conciliar a faculdade com a vida. Espera ser uma profissional bem sucedida em uma área como editora de beleza de uma revista.
Entrevistada B	Jovem de 21 anos, nascida em São Paulo e residente desta até o momento. Mora com os pais e irmãos, tem uma irmã gêmea qu no momento está fazendo intercâmbio, mas sempre foram bastante diferentes, tanto no gosto quanto na aparência. Costumava passar as férias na casa da avó no interior de São Paulo (Araçatuba), e era bastante próxima dos primos até que estes se mudaram para o exterior. A família tem o hábito de viajar com bastante freqüência, e procura se reunir para as festas de fim de ano. Ela cursa o quinto ano de Administração de Empresas na FGV-EAESP, gosta de sair com os amigos, mas prefere recebê-los em casa. Adora sair com os amigos, ir ao cinema, teatro, balada, mas procura reservar um tempo toda semana para ficar com sua mãe, já que a faculdade a mantém ocupada durante toda a semana. Dentre os cuidados com a saúde e beleza, estão os treinos de vôlei, academia, e visitas ao salão pelo menos uma vez a cada duas semanas.
Entrevistada C	Jovem de 19 anos, nascida em Lins no interior de São Paulo, que se mudou para a capital para cursar a faculdade de Administração na FGV-EAESP. Seu pai, de descendência árabe, sempre foi o chefe da casa, enquanto a mãe nunca teve muita voz ativa. Tem um irmão mais velho que é com quem melhor se relaciona, pois ela nunca teve muita liberdade com o pai por considerá-lo imponente, nem com ma mãe que tem pensamento bastante conservador. Ainda preserva amizades de infância, mesmo porque Lins é muito pequeno, então é fácil encontrar antigos amigos. Adora jogar handball, sair com as

	amigas, e dentre as atividades semanais encontram-se as aulas de inglês, ler jornal, e fazer programas com o namorado. A cada semana a jovem procura ir ao salão para fazer as unhas tanto porque gosta, quanto porque acha bom manter uma boa aparência no estágio que acabou de iniciar em um banco de investimento.
Entrevistada D	Jovem de 20 anos, cursando o último ano de moda, namora há um ano e três meses, mora com a mãe, padrasto e irmã mais nova em São Paulo. Tem bastante amigos, sendo a maior parte deles da época de colégio, gosta de andar em parques, andar de bicicleta, e levar a cachorra de estimação para passear. Trabalha há um ano e meio na Daslu, e tem o hábito freqüente de viajar com a família para Angra dos Reis e para a fazenda. Costuma ir ao salão de beleza pelo menos uma vez a cada duas semanas.
Entrevistada E	Jovem de 19 anos, nascida no interior de São Paulo, mas no momento mora na capital por causa da faculdade. É universitária do terceiro semestre de Administração de Empresas e pretender fazer intercâmbio no próximo ano. Seu pai trabalha fora do país, tem um irmão de 16 anos fazendo intercâmbio na Nova Zelândia, e a mãe intercala seu tempo entre cuidar de casa e visitar os filhos. Não gosta muito de academia nem de esportes, mas tem uma grande paixão por ballet e jazz. Além disso, adora comprar produtos de alta tecnologia como iPods e câmeras. Não tem o costume de ir ao salão com muita freqüência, a não ser que tenha alguma festa para ir, ou por convencimento de sua mãe.
Entrevistada F	Jovem de 21 anos, mora somente com a mãe pois os pais são separados. Seu pai tem três filhos com a esposa dele, todos mais velhos que a entrevistada. Sua mãe fez três faculdades, sendo elas comércio exterior, direito e hotelaria, e seu pai tem comércio e fazenda. A jovem adora fazer compras, ir ao cinema, sair com os amigos para comer, ir para balada, shows, ou cozinhar em casa com a mãe. Já teve experiências de trabalho na RH Junior, promoveu palestras, organizou um MegaCase da Procter&Gamble, já trabalhou na B2 Agência. Não vai ao salão com muita freqüência, mas adora cuidar de seus cabelos em casa.
Entrevistada G	Jovem de 21 anos, mora em São Paulo desde que nasceu com sua irmã e seus pais. Vai para o intercâmbio no segundo semestre de 2011 e assume que sentirá muita falta da família . Ela é estudante de administração de empresas, e tem um namorado que estuda na mesma faculdade. Joga futebol e tênis, gosta de treinar os dois esportes, ir ao cinema, sair com as amigas, cozinhar e fazer cursos de gastronomia. Já teve experiência de trabalho em uma loja de roupas para guardar dinheiro e poder viajar, e também já trabalhou na entidade AIESEC. Adora fazer as unhas, então costuma ter as unhas pintadas toda semana. Quando faz compras, gosta de ter a companhia de amigos.

Entrevistada H	Jovem de 18 anos, mora com a família composta por: pai, mãe e duas Irmãs. Estuda administração na ESPM, segundo semestre. Gosta de sair com amigos, viajar, fazer esportes, mexer no computador, ver filme, e jantar fora com as amigas. Toda semana faz aulas de ballet, natação e musculação. Quando tem tempo disponível, gosta de fazer aulas de bike, ou mesmo andar na rua. Tem uma alimentação bastante controlada, e vai ao salão de beleza com freqüência para fazer as unhas e o cabelo.
Entrevistada I	Jovem de 22 anos, estudante do sétimo semestre de design de moda. Mora com a irmã gêmea e com a mãe, e no momento não trabalha mas está em busca de algum programa de estágio. Adora sair para baladas, nunca teve um namorado, mas tem vontade de ter um. Fazia aulas de inglês a desenho mas não faz mais por falta de tempo. Para cuidar da saúde e da beleza, vai ao salão pelo menos uma vez a cada duas semanas e vai para academia toda semana.
Entrevistada J	Jovem de 21 anos, estudante do terceiro ano do curso de relações públicas na Casper Líbero. Mora com seus pais, irmã e duas cachorras. Atualmente estagia na Pepsico na área de comunicação externa há um mês e meio. Gosta de sair para bares, casas de amigos, cinema, assistir filmes em casa, e ama cachorros. A jovem corre duas vezes por semana para manter a sua saúde e vai ao salão em média uma vez a cada duas semanas.
Entrevistada K	Jovem de 22 anos, formada em relações públicas na FAAP, mora com a irmã e mãe, e trabalha em uma agência de comunicação. É uma jovem bem sociável, gosta muito de baladas, adora festas e sair. Tem um círculo de amigos bem extenso, de grupos variados, e com eles gosta de ir a academia, ao clube, assistir filme em casa, ir ao cinema, e conversar na internet. Para cuidar de sua beleza, tem o costume de ir a academia semanalmente e ao salão de beleza pelo menos uma vez a cada duas semanas.
Entrevistada L	Jovem de 19 anos, estudante do quarto semestre de nutrição na USP. Na faculdade, faz parte tanto da Empresa Júnior quanto da Atlética. Mora com seus pais e irmã mais nova. Entre as atividades que mais gosta de fazer estão: ir para balada, sair com as amigas, sair para jantar e ir para academia. Não pratica esportes, mas para se manter em forma e bonita vai a academia semanalmente, e ao salão de beleza normalmente uma ou duas vezes a cada duas semanas.