

## **AUTO-ESTIMA E AUTO-IMAGEM: A RELAÇÃO COM A ESTÉTICA**

**Flavia Monique Floriani**<sup>1</sup> - Acadêmica do Curso de Cosmetologia e Estética da Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI, Balneário Camboriú, Santa Catarina.

**Márgara Dayana da Silva Marcante**<sup>2</sup> - Acadêmica do Curso de Cosmetologia e Estética da Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI, Balneário Camboriú, Santa Catarina.

**Laércio Antônio Braggio**<sup>3</sup> – Orientador, Professor do Curso de Cosmetologia e Estética da Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI, Balneário Camboriú, Santa Catarina.

### **Contatos**

<sup>1</sup>flavia\_floriani@hotmail.com

<sup>2</sup>day\_marcante@hotmail.com

<sup>3</sup>laercio.braggio@gmail.com

**Resumo:** A boa imagem pessoal cada vez mais abre vantagem nas relações sociais e humanas. Mesmo tendo em mente que o que importa é a essência, na realidade a aparência é fundamental. Esta pesquisa teve como objetivo esclarecer conceitos de auto-estima, auto-imagem e a relação destes com a estética, caracterizando-se como uma pesquisa bibliográfica do tipo explicativa, por ter sido elaborada a partir de consultas em livros, artigos científicos e sites a base de dados. Define-se auto-estima como auto-aceitação ou auto-rejeição, aprovação ou reprovação da própria imagem, ela influencia na saúde mental, nos relacionamentos interpessoais, na auto-imagem e autoconfiança. Auto-imagem é a percepção que a pessoa tem de si e de seu reflexo diante do retorno de sentimentos ou ações em seus relacionamentos interpessoais, pode estar relacionada com alterações na imagem, e influenciar nos relacionamentos, na auto-estima e na auto-aceitação. A aparência pessoal está intimamente ligada com a satisfação ou insatisfação da pessoa. Quando existe a satisfação com a aparência, a pessoa se gosta, se aceita, e ela só quer manter a sua auto-estima e auto-imagem, conseqüentemente a sua qualidade de vida. Quando existe insatisfação, a pessoa busca incansavelmente recursos da estética e nunca está contente com ela mesma, quando deveria tratar o seu interior. Nos dois casos, tanto da satisfação quanto da insatisfação pessoal, a pessoa busca pelos recursos da estética. Concluí-se que pessoas satisfeitas ou insatisfeitas com sua auto-imagem, tendo a sua auto-estima em equilíbrio ou desequilíbrio, buscam constantemente recursos da estética, para melhorarem ou manterem a boa aparência.

**Palavras chaves:** Auto-estima. Auto-imagem. Estética. Beleza.

## 1 INTRODUÇÃO

A importância da “boa aparência” nos dias atuais, em tempos de supervalorização da imagem, é fundamental para o convívio social das pessoas. Constituir uma “boa imagem” torna-se fundamental no mundo das essencialidades, na busca por satisfatórias relações interpessoais, pelo que se vê, na forma como se apresenta e no que parece ser. “Carlos Drummond de Andrade no poema “As contradições do corpo” tematiza o confronto entre a essência e a aparência; a luta entre o desejo e o instinto e a tensão entre interior e exterior” (1984 *apud* VILAÇA; GÓES,1998).

A boa imagem pessoal cada vez mais abre vantagem nas relações sociais e humanas. Mesmo que se tenha em mente que o que importa é a essência, na realidade a aparência, leia-se beleza, conta e muito. E entre a percepção da aparência e a avaliação da essência decorre um intervalo de tempo que favorece a beleza e sobre o qual se constrói a indústria da estética (TOMMASO, 2010).

Na cultura da boa aparência que vivemos, a beleza adquire conotação de aceitação de não rejeição, onde não ser belo equivale a ser rejeitado. É um conjunto de valores atribuídos a uma pessoa pelos outros, através da análise das características, qualidades e defeitos que uma pessoa apresenta (PADILHA, 2002).

A sociedade impõe um corpo padrão cotidianamente, pois é nele e por ele que as pessoas sentem, desejam, agem e criam. Viver nesse sentido de expor a aparência física faz com que se assumam funções e poderes que dão acesso ao mundo, abrem a presença corporal um do outro (VILAÇA; GÓES, 1998, p.23).

Diante dos referenciais teóricos existentes que definem conceitos sobre a auto-estima, a auto-imagem e a estética, tem-se como objetivo mostrar as influências da aparência, da beleza e da imagem pessoal, no âmbito emocional das pessoas. Assim é possível comprovar a relação que a estética possui com a auto-estima e com a auto-imagem na sociedade.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 Auto-estima

A forma como se olha no espelho e se autoconceitua pode estar intimamente ligada a algumas normas da sociedade, afinal os seres humanos são frutos de uma imagem social, respondem as exigências de uma normativa sociológica de forma e aparência. É na sociedade e na cultura que aprendem a ser.

O conceito de si mesmo é central na definição de como o indivíduo percebe, avalia e se comporta, ele é delineado por normas culturais, valores e crenças (MARKUS; KITAYAMA,1991 *apud* GOUVEIA *et al*, 2005). A partir desta idéia, pode-se entender o que os autores pretendem com o conceito de auto-estima, suas diferentes visões, tanto de saúde física, quanto mental e emocional.

O conceito de auto-estima tem sido estudado e considerado como um importante indicador de saúde mental. Dependendo da construção que é feita desta estimativa de valor, é possível traçar metas e objetivos, reconhecendo inclusive potencialidades.

A auto-estima diz respeito a maneira como o indivíduo elege suas metas, projeta suas expectativas, aceita a si mesmo, e valoriza o outro (ANDRADE; SOUZA; MINAYO, 2009). Está relacionada também a autoconfiança, pois a pessoa com boa auto-estima torna-se mais confiante diante das decisões a serem tomadas.

Neste momento percebe-se a ligação direta com a confiança no seu potencial de ser e fazer aquilo que é esperado dentro de um grupo social. Nota-se uma ligação direta com quanta consciência se tem do verdadeiro potencial, para quem sabe fazer as correções necessárias para um bom desempenho.

A auto-estima é a auto-aceitação ou não em relação a si mesmo, a aprovação ou reprovação da própria imagem, atitudes, princípios, crenças e valores. Está relacionada também com o convívio interpessoal e particular na vida social das pessoas.

A auto-estima, seja qual for o nível, é uma experiência íntima; é o estado da pessoa que não está em guerra consigo mesma ou com os outros. A falta de consciência de seu verdadeiro potencial pode levar a um desequilíbrio entre o que sou e o que gostaria de ser. Caso essa experiência íntima não atinja um equilíbrio o indivíduo passará a viver em contradição, fingindo ser o que ele gostaria, e não assumindo a sua verdadeira identidade.

Branden (1995, *apud* ANDRADE; SOUZA; MINAYO, 2009) afirma que “o indivíduo vivencia uma mentira quando distorce sua própria realidade, mente quando mostra-se mais do que é na sua real experiência.” Já quando acontece o equilíbrio dessa experiência íntima o resultado é positivo, gerando um equilíbrio do eu interior com o mundo, a boa auto-estima exige que o eu interior esteja de acordo com o eu manifesto no mundo (SILVA; SILVA, 2004).

Conceitua-se então, que a *auto-estima* equivale ao querer bem a si mesmo e que quando diminuída pode se refletir como complexo de inferioridade, sentimento de incapacidade, apatia, desânimo, e outros sintomas que refletem indiferenças para com os seus próprios valores, para com aparência pessoal tanto física quanto mental, e que geralmente se apresenta como um estado de tristeza. Quando ocorre uma ampliação em demasia da *auto-estima* a conseqüência se faz presente mais como ansiedade, como angústia ou mesmo como medo (EGITO, 2010).

É comum confundir a definição da auto-estima com a definição da auto-imagem, porém a principal diferença desses conceitos é que a auto-estima é como o indivíduo vê a si mesmo, e a auto-imagem é como os outros o vêem (EGITO, 2010).

O autoconceito pode ser considerado uma organização hierárquica e multidimensional de um conjunto de percepções de si mesmo. (ANDRADE; SOUZA; MINAYO, 2009). Tudo aquilo que o indivíduo reconhece sobre si é

todo um conjunto de percepções sobre si mesmo e a auto-estima faz parte do autoconceito. Só então, depois de resolvidas as questões ligadas a auto-imagem, os indivíduos podem construir um autoconceito saudável.

## 2.2 Auto-imagem

Para Gouveia *et al* (2005) a auto –imagem expressa a percepção que a pessoa tem de si e de seu reflexo em comparação ao retorno de sentimentos pensamentos ou ações em seus relacionamentos interpessoais. Sapountzi-Krepia *et al* (2001 *apud* SILVA; SILVA, 2004) cita que quando se fala de auto-imagem, refere-se ao reflexo que cada um vê ao se posicionar de frente ao seu “espelho interior” e aos sentimentos e pensamentos gerados por essa visualização. Visualização esta, que envolve atitudes que o ser experimenta como pertencendo ao corpo, habilidades e emissão do poder físico. O autor aponta também que doenças orgânicas que afetam as estruturas do corpo podem alterar a imagem de uma pessoa. Dependendo do significado emocional que essa mudança tem para o indivíduo, essas alterações podem mudar o tratamento da sociedade para com a pessoa, causando, principalmente, mudanças em seus padrões de auto-aceitação, em seu desenvolvimento cultural, e em suas relações. Com isso a auto-imagem influencia diretamente a auto-estima do indivíduo.

O conceito que a pessoa tem de si mesmo perante os outros pode estar diminuído ou ampliado, como consequência de distúrbios da área intelectual, causada por danos tanto estruturais e educacionais quanto sociais e religiosos. Existem situações de auto-imagem ampliada que se refletem como sintomas, podendo até fazer com que a pessoa acredite ser o que não é, como por exemplo: Acredita ser rei; uma pessoa muito importante; pensa que todos lhe devem obediência, que é um gigante, que todas as pessoas lhe são inferiores e tende a humilhar os que elas julgam inferiores, tornando-se muitas vezes uma pessoa má; cruel e vingativa e que limita a sua capacidade de apreciar os outros e o mundo a sua volta. (EGITO,2010)

O comportamento de uma pessoa em relação à sua auto-imagem reflete muito o nível de clareza da consciência, o que reforça a idéia de uma personalidade separada de quem o indivíduo é realmente. Quanto mais a pessoa for dominada e presa a sua auto-imagem a ponto de ser dependente de sua aparência, mais distante ela estará de ser livre para o convívio feliz no mundo das diversidades (TOMMASO,2010).

Um intelecto bem estruturado requer um conceito de auto-imagem não exagerado, o que faz com que a pessoa não se identifique consigo mesma, e isto é necessário para que ela compreenda que ninguém é a imagem que faz de si mesmo, que nunca se é aquilo que se pensa ser, e também que ela não é o que os outros julgam o que ela seja, e sim o que ela realmente é (EGITO,2010). Enfim, a auto-imagem nada mais do que a imaginação e o auto-conceito perante os outros.

### **2.3 Conceitos de estética**

O termo estética pode ser utilizado em diferentes sentidos, nomeadamente. Num sentido mais amplo refere-se a tudo que embeleza a existência do homem. Na filosofia, a estética designa uma dimensão da experiência e da ação humana que permite caracterizar algo como belo, agradável, sublime, grandioso, alegre, gracioso, poético ou então como feio, desagradável, inferior, desgracioso, trágico. Num contexto psicológico, refere-se às experiências e comportamentos emocionais que as coisas belas provocam na pessoa (WEITZ, 1956).

Na antiguidade filósofos gregos começaram a conceber a estética a partir de objetos belos, produzidos em sua cultura. Surgiu então uma reflexão sobre as manifestações do belo natural e o belo artístico. O belo e a beleza passaram a ser objetos de estudo da filosofia.

Segundo Platão, os elementos universais da beleza eram a proporção a harmonia e a união. Já para Aristóteles, eram a ordem, a simetria e a definição. Nesta época, a estética era estudada junto com a moral e a lógica.

O belo só seria alcançado caso se identificasse com o bom e com os valores morais (YOUNES, 2010). Assim, tudo, para ser belo teria que ser também bom e verdadeiro formando a unidade com a obra.

#### **2.4 A relação da estética com a auto-estima e auto-imagem**

Admite-se, hoje em dia, que a aparência e a superficialidade, estão na ordem do dia. Será que é preciso deixar-se ofuscar por ela ou, ao contrário, apreciar com serenidade, o trágico social que isto conduz? (MAFFESOLI, 1996, p.125).

A sociedade de consumo tende a atribuir ao indivíduo o desejo pela plasticidade do seu corpo. Através da mídia, outdoors, desfiles, novelas, é passada a idéia de que as rugas, flacidez, queda de cabelo, e outros fatores estéticos que acompanham o envelhecimento, devem ser combatidos com manutenção enérgica, com os cosméticos e todos os recursos que a indústria da estética e embelezamento oferece (VILAÇA; GÓES, 1998, p.13).

Muitas vezes as opções são mais definitivas, como o conceito "*body modification*" que define tanto tecnologia das cirurgias plásticas quanto as técnicas de "piercings" e tatuagens, passando pela química dos esteróides, envolvendo técnicas, artes e denúncias que muitas vezes desestabiliza a compreensão, já que existe uma grande parte da sociedade que passa dos limites, ao buscar uma modificação perfeita. Na maioria das vezes confundindo ou perdendo suas categorias identificadoras.

Tratando-se de mudanças mais agressivas, a cada modificação é como se houvesse uma revolta contra a natureza, seja contra o envelhecimento, etnia, ou anatomia. Michael Jackson é o exemplo mais claro de uma busca descontrolada e desequilibrada. Ele conseguiu submeter seu corpo a uma metamorfose que resultou uma mistura de raças e diferenciais (VILAÇA; GÓES, 1998, p.63-64).

A experiência de tornar a aparência como essencial, pode acarretar pontos positivos e negativos. Dessa forma o corpo magnifica a vida e suas

possibilidades infinitas, e ao mesmo tempo proclama a morte futura e a finitude essencial. A imposição de um padrão de beleza estereotipado como alicerce da auto-estima diante da auto-imagem produz um desastre no inconsciente do indivíduo, um grave adoecimento emocional (CURY, 2005)

Antigamente, as distâncias sociais eram maiores e nem todas as pessoas tinham acesso direto as influências da mídia. Hoje em dia, a realidade é diferente, pois existe uma maior acessibilidade às informações, um bombardeio de novidades estéticas a todo o momento com valores acessíveis a todas as classes sociais. Tudo isso para conquistar um público mais exigente e informado que anseia por novidades, por consumos, e por expandir suas práticas de maturidade (VIGARELLO, 2006).

Nos EUA, em 2001, foi comprovado em pesquisa o aumento precoce de adolescentes na “sociedade de consumo”, houve a comprovação da mudança, de trinta milhões a quarenta milhões de adolescentes e pré-adolescentes gastaram em cosméticos de oito bilhões a nove bilhões de dólares. Isso prova a revolução contra a idade, demonstrando “o furor de viver” a ânsia de uma auto-imagem bem refletida que existe dentro de cada indivíduo, anseio suprido em atividades diversificadas, como postura profissional, viagens de férias, padrão de vida qualificado, sentimento de igualdade pelo aumento de duração de vida, condição financeira que facilitam gastos com a moda, a estética, os cosméticos ou até mesmo com mudanças mais agressivas como as cirurgias plásticas que também têm sido realizadas a cada ano em um número maior de adolescentes (VIGARELLO, 2006).

Uma mudança profunda acompanha esses dados, uma ruptura que respeita a imagem individual e seu sentido, mais do que nunca esta identidade se reduz hoje ao próprio indivíduo, sua presença e seu corpo, já que a aparência física é uma das fortes causas que influenciam a auto-estima, que é uma tendência estável para sentir-se bem ou mal a respeito de si mesmo (DICCINI; YOSHINAGA; MARCOLAN, 2009)

A própria sociedade que antigamente, através da mídia, impunha seus padrões, ofícios e sinais de posse, hoje impõe que apenas o indivíduo é

responsável por suas maneiras de ser, suas “imagens”, o indivíduo é “suas aparências”, e que ele têm o poder de dominá-la e de transformá-la em sinal marcante e individualizado. Surge então, um obstáculo decisivo entre duas vertentes tradicionais da beleza: o mais eminentemente individual e o mais eminentemente coletivo (VIGARELLO, 2006).

A construção de uma referência própria de beleza individual na identidade estética depende mais da auto-estima do que da beleza física. Tal percepção independe dos “padrões” de beleza. Essa referência interna permitirá um filtro de realidade que fará com que a pessoa se submeta a mensagens e apelos estéticos externos à própria avaliação crítica levando-a a refletir se “é bom para ela” e se tem a ver com ela ou não.

Habitualmente a necessidade de perfeição reflete sentimentos compensatórios de inferioridade e insegurança. Almejar a perfeição é estar a um passo da frustração. Quanto maior esse anseio menor a auto-estima (TOMMASO, 2010). Revistas e manuais prometem guiar o indivíduo na busca por sua personalidade, sugerindo penteado, batom e tez da pele que possam realizar sua personalidade. Essa extrema personalização não levou apenas à dispersão de marcas estéticas, levou também a uma nova força dada às individualidades do corpo reencontrando algo de valor original a partir da aparência. Os cremes “macios como penas”, os “lábios bem tratados”, “as peles protegidas” são outras promessas que a mídia e a sociedade trazem com outros cuidados “saúde prazer”, “cuidados prazeres”, “dieta prazer” (CARVALHO, 1995 *apud* RUSSO, 2005).

A proteção está sempre nos projetos. A maquiagem, por exemplo, reforça os limites naturais do “eu”, defendendo e protegendo do indivíduo como “um escudo vital”, tela “pára-choque”, podendo assim misturar a imagem exterior e o efeito interior destacando algo que “faz bem a você” ou escondendo algo deixando o indivíduo mais seguro (VIGARELLO, 2006).

A estética, portanto, guia a experiência humana inclusive na rotina do cotidiano. A beleza não está distante da sociedade, restrita às vitrines, passarelas e à televisão. Ela se encontra dentro de cada ser humano

(YOUNES, 2010). A estética do cotidiano não é a estética do exótico, do inalcançável, do perfeito, mas sim do que é verdadeiramente humano: a essência.

### **3 METODOLOGIA**

Esta pesquisa caracteriza-se como bibliográfica do tipo explicativa. A pesquisa bibliográfica do tipo explicativa caracteriza-se como uma pesquisa elaborada a partir de materiais já publicados, onde visa aprofundar o conhecimento da realidade porque explica a razão, o “porque” das coisas (SILVA; MENEZES, 2001). Segundo Vilaça e Góes (1998) “a importância da “boa aparência” nos dias atuais, em tempos de supervalorização da imagem, é fundamental para o convívio social das pessoas.”

Este trabalho foi elaborado a partir de consultas em livros, artigos científicos, sites a base de dados, buscando esclarecer conceitos de auto-estima, auto-imagem e a relação destes com a estética.

### **5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Através deste artigo, que foi elaborado com base em várias obras de autores conceituados, concluí-se que, diariamente os seres humanos posicionam-se diante do seu espelho interior. Alguns se agradam de seu reflexo, outros, porém percebem que nem sempre o que vêem condiz com os padrões impostos pela sociedade, ou com seu verdadeiro sentimento em relação a si próprio. Torna-se possível também neste trabalho, esclarecer a principal diferença entre auto-estima e auto-imagem, e de que maneira estes estão relacionados com a estética.

Entende-se claramente que a auto-estima equivale ao querer bem a si mesmo, é a auto-aceitação ou auto-rejeição, é o conjunto de percepções de si mesmo, é o que o indivíduo reconhece sobre si e o que ele vem construindo

desde a infância com as influências culturais, educacionais, crenças, religião e experiências vividas.

A auto-estima contribui para a saúde mental, emocional, física e também para com as relações sociais de uma pessoa, já que um desequilíbrio pode acarretar vários sintomas capazes de interferir no convívio interpessoal do indivíduo. Este desequilíbrio pode ser caracterizado por sintomas como: complexo de inferioridade, sentimento de incapacidade, medo, tristeza, apatia, desânimo e angústias, isso quando a auto-estima está em nível baixo. Quando se têm um bom nível de auto-estima, quando a soma de valores, crenças, vivências obteve um resultado positivo, o indivíduo se aceita e tem uma boa percepção de si, o que automaticamente reflete em sua auto-imagem.

A auto-imagem é a visão que pessoa tem de si mesmo perante os outros, reflete “o imaginário”, já que a aparência pode condizer ou não com a auto-estima, com a realidade da pessoa observada. É o que a pessoa pensa ser quando compara seu reflexo com o retorno de sentimentos, pensamentos e ações em seus relacionamentos interpessoais, sendo que existe a crença de que pessoas com boa aparência são mais bem aceitas pela sociedade.

A auto-estima e a auto-imagem estão intimamente ligadas, pois assim como a auto-estima exerce influência sobre a auto-imagem, a auto-imagem também influencia diretamente na auto-estima do indivíduo, por exemplo: uma pessoa que adquire seqüelas físicas após acidentes ou problemas de saúde pode passar a se sentir feia ou inferiorizada, assumindo uma postura complexada, baixando assim sua auto-estima.

O desequilíbrio da auto-imagem também pode afetar o convívio interpessoal de uma pessoa. Quando existe um super dimensionamento, o indivíduo pensa ser o que não é, acredita ser maior e melhor que todos, e às vezes pode passar a humilhar os que estão á sua volta. Quanto mais a pessoa estiver presa a esta super valorização da auto-imagem, mais distante ela estará de ter um convívio tranqüilo com o mundo a sua volta.

Quando o indivíduo se posiciona ao espelho interior e não se satisfaz com o que vê, ele passa a buscar incansavelmente recursos para alterar sua

aparência: estética, cosméticos, academias e até mesmo cirurgias plásticas. Por isso, é de suma importância buscar o equilíbrio entre a auto-estima e a auto-imagem, para que a pessoa possa compreender se essa busca excessiva é porque ela se ama, se aceita, e só quer melhorar sua aparência, ou se ela está tentando mudar sua aparência quando na realidade ela deveria estar tratando o seu interior. Nos dois casos, deve se existir a coerência, pois atualmente é possível cuidar a aparência sem cometer erros já cometidos por milhares de pessoas que buscaram perfeição de uma forma exagerada, se desfigurando muitas vezes ao tentar atingir padrões que não se adequam a todos os biótipos, idades, raças ou culturas.

Hoje em dia, com a evolução da ciência e da sociedade, o conceito de belo passou a ser respeitado de forma individualizada, onde cada um tem sua beleza, seu estilo e sua liberdade de expressão. Esta mesma sociedade que durante muito tempo impunha padrões inalcançáveis, hoje expõe que é possível alcançar uma boa aparência de forma saudável. Indústrias de cosméticos e de beleza incentivam as pessoas ao embelezamento, à proteção da pele e aos cuidados com o corpo e rosto, salientando acima de tudo o “sentir-se bem”, vendendo produtos e serviços direcionados cada faixa etária e com valores acessíveis a todas as classes sociais.

Informações sobre cosméticos, moda, que valoriza cada biótipo, agregados a dietas saudáveis e atividades físicas, e até mesmo orientações e indicações sobre médicos conceituados na área de cirurgias plásticas, são encontradas facilmente em revistas, outdoors, televisão, desfiles e outros meios que a mídia utiliza, tornando possível que todos estejam bem informados.

O número de salões de beleza, clínicas de estéticas, empresas de cosméticos e outros estabelecimentos desta área, cresce muito a cada ano, comprovando que o ser humano tem a necessidade de sentir-se belo, de ser admirado e aceito, assim preocupa-se em estar melhorando sua imagem pessoal. A estética exerce uma forte influência nesta causa, ajudando a atingir, manter ou melhorar a boa aparência de uma pessoa, auxiliando no encontro do equilíbrio entre a auto-imagem e a auto-estima.

A beleza que se destaca na estética do cotidiano não é o padrão do inalcançável, da perfeição, mas sim do que é verdadeiramente humano e individual: a essência.

## REFERÊNCIAS

ANDRADE, Edson Ribeiro; SOUZA, Edinilsa Ramos de; MINAYO, Maria Cecília de Souza. Intervenção visando a auto-estima e qualidade de vida dos policiais civis do Rio de Janeiro. **Ciência saúde coletiva**, Rio de Janeiro, v. 14, n. 1, fev. 2009 . Disponível em <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1413-81232009000100034&lng=pt&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-81232009000100034&lng=pt&nrm=iso)>. acesso em 09 mar. 2010. doi: 10.1590/S1413-81232009000100034.

CURY, Augusto Jorge. **A ditadura da beleza e a revolução das mulheres**. Rio de Janeiro: Sextante, 2005.

DICCINI, Solange; YOSHINAGA, Suellen Naomi; MARCOLAN, João Fernando. Repercussões na auto-estima provocadas pela tricotomia em craniotomia. **Rev. esc. enferm. USP**, São Paulo, v. 43, n. 3, set. 2009 . Disponível em <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0080-62342009000300014&lng=pt&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0080-62342009000300014&lng=pt&nrm=iso)>. acesso em 05 abr. 2010. doi: 10.1590/S0080-62342009000300014.

EGITO, José Laércio. **Auto-estima e auto-imagem**. Disponível em: <[http://www.laerciodoegito.com.br/index.php?option=com\\_content&view=frontpage&Itemid=69](http://www.laerciodoegito.com.br/index.php?option=com_content&view=frontpage&Itemid=69)>. Acesso em: 05 abr. 2010.

GOUVEIA, Valdiney V. *et al.* Auto-imagem e sentimento de constrangimento. **Psico**, v. 36, n. 3, pp. 231-241, set./dez. 2005. Disponível em: <<http://caioba.pucrs.br/teo/ojs/index.php/revistapsico/article/viewFile/1393/1093>>. Acesso em: 05 abr. 2010.

MAFFESOLI, Michel. **No fundo das aparências**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1996.

PADILHA, Ênio. **Marketing pessoal e Imagem pública**. 2.ed. Balneário Camboriú: Palloti, 2002. 78p.

RUSSO, Renata. Imagem corporal: construção através da cultura do belo. 2006. **Revista Movimento e Percepção. CREUPI**, Espírito Santo de Pinhal, SP, v.5, n.6, jan./jun. 2005. Disponível em: <<http://www.mestreclaudio.pro.br/up/arquivos/Imagem%20corporal.pdf>>. Acesso em 26 abr. 2010.

SILVA, Edna Lúcia da; MENEZES, Estera Muszkat. **Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação** – Revista atual. 3. ed. Florianópolis: Laboratório de Ensino a Distância da UFSC, 2001.

SILVA, Milena Froes da; SILVA, Maria Júlia Paes da. A auto-estima e o não-verbal dos pacientes com queimaduras. **Rev. esc. enferm. USP**, São Paulo, v. 38, n. 2, jun. 2004 . Disponível em <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0080-](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0080-)

62342004000200012&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em 08 mar. 2010. doi: 10.1590/S0080-62342004000200012.

TOMMASO, Marco Antônio de. **Auto-imagem e a interface da beleza**. Disponível em: <[http://www.tommaso.psc.br/site/artigos/?id\\_artigo=104](http://www.tommaso.psc.br/site/artigos/?id_artigo=104)>. Acesso em: 20 abr. 2010.

VIGARELLO, Georges. **História da beleza**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2006

VILAÇA, Nízia; GÓES, Fred. **Em Nome do Corpo**. Rio de Janeiro: Rocco. 1998.

WEITZ, Morris. **O papel da teoria na estética**. 1956. Disponível em: <<http://www.cfh.ufsc.br/~wfil/estetica.htm>>. Acesso em 26 abr. 2010.

YOUNES, Nathalia. **O que é estética**. Disponível em: <<http://www.jornaldedebates.com.br/debate/artigo/que-estetica.>>. Acesso em: 26 abr. 2010.