

opinion  box

RELATÓRIO Padrões de beleza e bem-estar 2026



A era da perfeição instantânea

ÍNDICE

02	Sobre o Opinion Box
03	Perfil das pessoas entrevistadas
04	Sobre este relatório
05	Autoestima e padrões de beleza
09	Peso ideal ou idealizado?
13	Movimento Body Positive
16 18	Procedimentos estéticos E quem nunca fez procedimentos?
19	Canetas emagrecedoras
23 24	O impacto da maquiagem na percepção da beleza E quem não usa maquiagem?
25	O mundo digital e a beleza, consumo e influência
27	Situações causadas pela pressão dos padrões de beleza
28	Opiniões sobre padrões de beleza

SOBRE O OPINION BOX

O Opinion Box desenvolve a tecnologia que você precisa para desvendar os desejos do consumidor e as tendências do seu mercado.

Com as nossas **soluções de pesquisa de mercado e customer experience**, ajudamos empresas de todos os portes e segmentos a levantar as informações que embasam decisões de negócio mais **inteligentes, ágeis e confiáveis**.

Desde 2013, combinamos tecnologias inovadoras e conhecimento técnico para criar **ferramentas poderosas de coleta e análise de dados**. Mais do que isso, criamos soluções de consumer insights que conectam pessoas e já trouxeram as respostas certas para as perguntas de mais de 1.000 empresas no Brasil e no mundo.

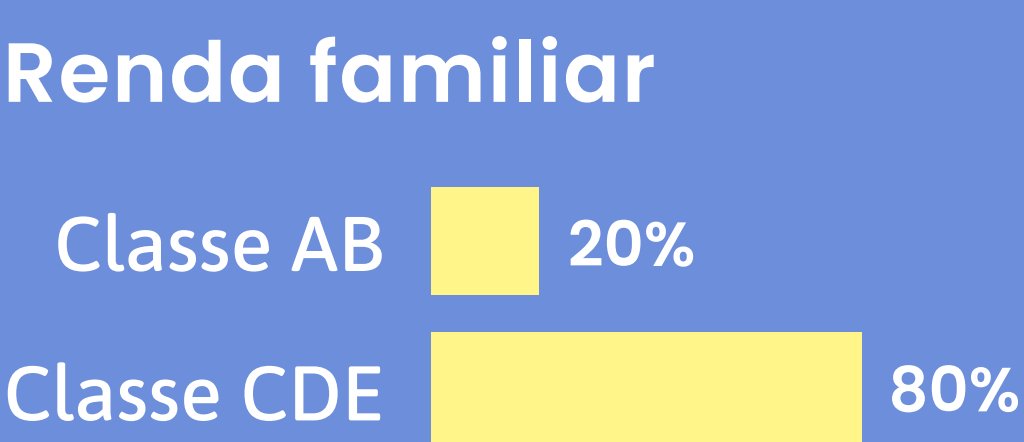
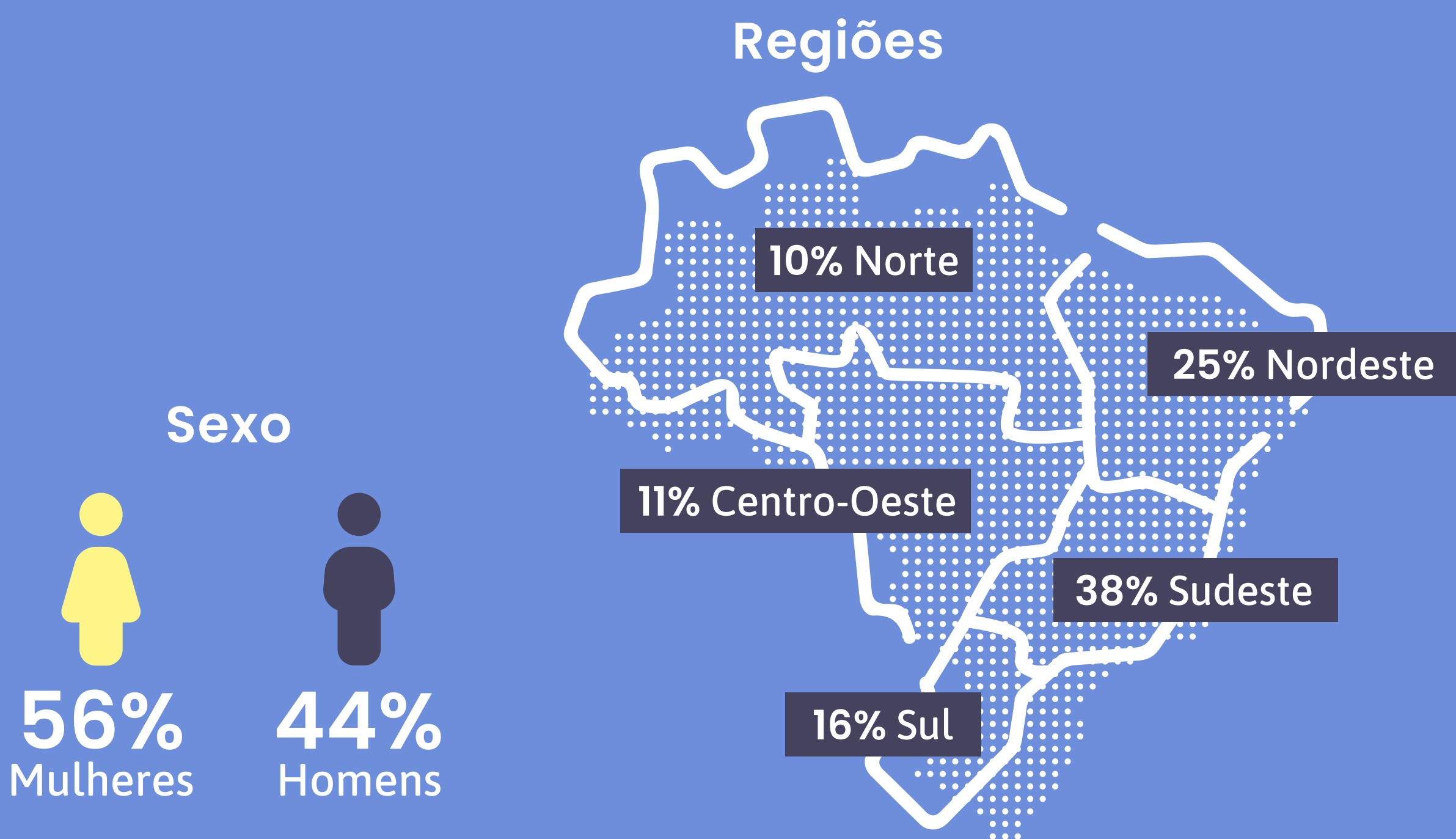
Fazemos tudo isso para que você resolva as dores do seu negócio sempre com base em dados e sem achismos.

CONHEÇA O OPINION BOX

PERFIL DAS PESSOAS ENTREVISTADAS

1.275 pessoas foram entrevistadas pela internet em dezembro de 2025.

Margem de erro de 2,7pp.



Aviso Legal

O compartilhamento dos dados e análises contidos neste relatório são permitidos tanto em documentos públicos quanto privados, desde que acompanhados do devido crédito à fonte: Opinion Box - Relatório Padrões de beleza e bem-estar - Janeiro de 2026

SOBRE ESTE RELATÓRIO

A percepção de beleza está cada vez mais moldada por influências digitais e uma busca constante pela perfeição física.

O conceito de "beleza ideal" se tornou um objeto de consumo constante, através principalmente das redes sociais, onde imagens editadas, filtros de perfeição e influenciadores digitais moldam o que consideramos bonito.

A busca por canetas emagrecedoras e procedimentos estéticos rápidos evidencia que a beleza em 2026 é definida por transformações rápidas para atender a ideais. Para se ter uma ideia, segundo a CNN, o [Brasil é o 2º país do mundo que mais pesquisa sobre Ozempic e Mounjaro](#) no Google, ficando atrás apenas dos EUA.

No entanto, essa busca por um corpo perfeito nem sempre é saudável, levantando questões sobre saúde mental, autocuidado e as consequências de se submeter a pressões externas.

Esta pesquisa tem como objetivo entender de que maneira as pressões estéticas atuais moldam a relação das pessoas com a autoimagem, além de mostrar como os hábitos e padrões de beleza afetam a autoestima, interações sociais e escolhas pessoais.



Boa leitura!

DANI SCHERMANN

CMO do Opinion Box

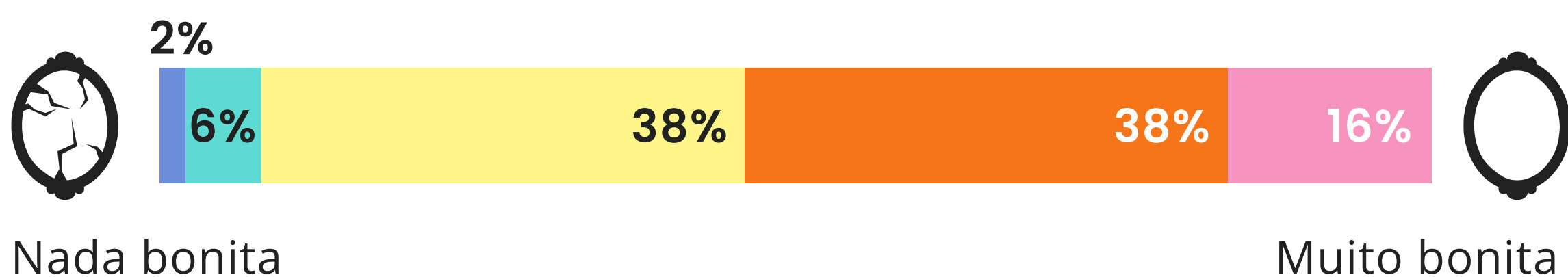


Autoestima e padrões de beleza

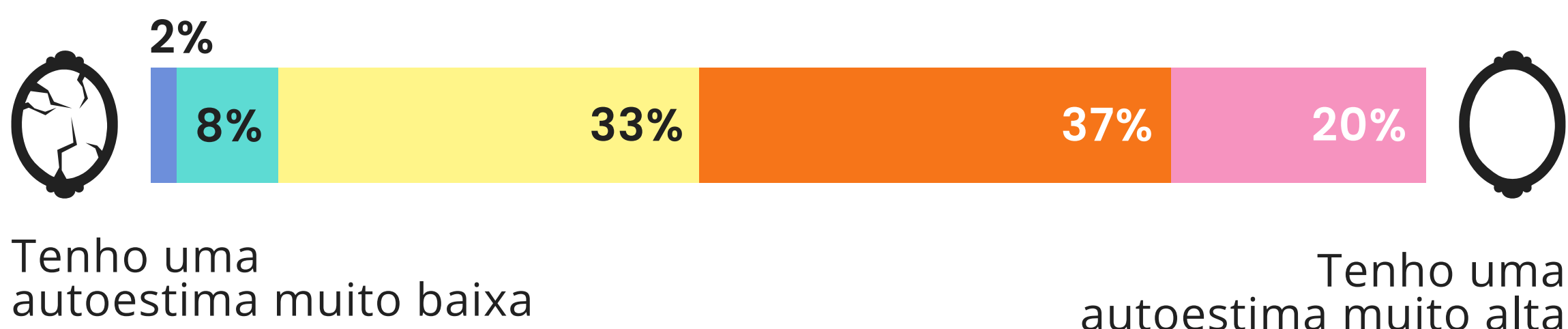
A forma como nos enxergamos é moldada por padrões de beleza que nem sempre refletem a realidade e que deixam a representatividade de lado, distantes da vida real e de quem realmente somos.

Para entender como essa dinâmica funciona na prática, começamos a pesquisa entendendo melhor como os brasileiros avaliam a própria aparência, o peso que dão aos ideais estéticos e de que maneira essa percepção se reflete em sua saúde mental e vida social.

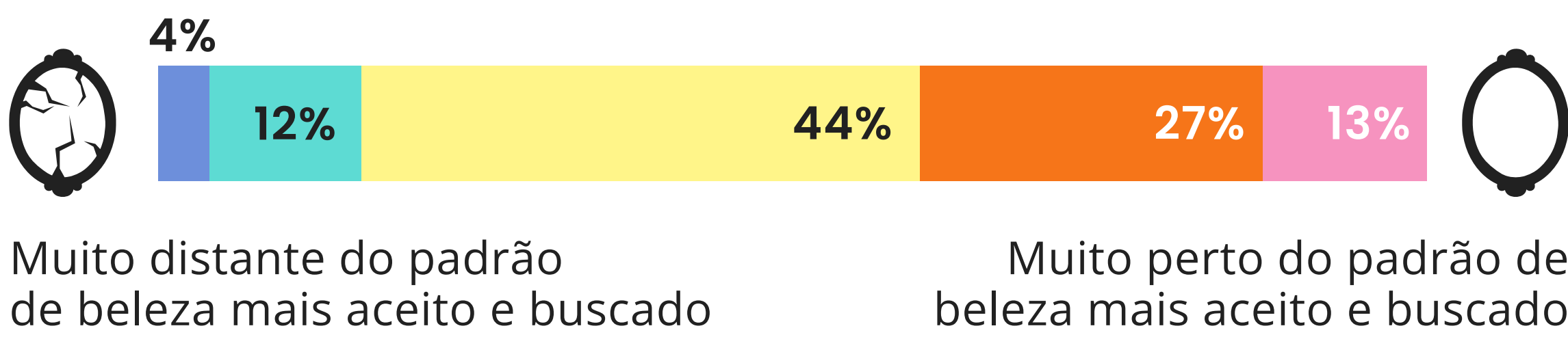
Se você tivesse que avaliar sua própria aparência, você diria que se considera uma pessoa...



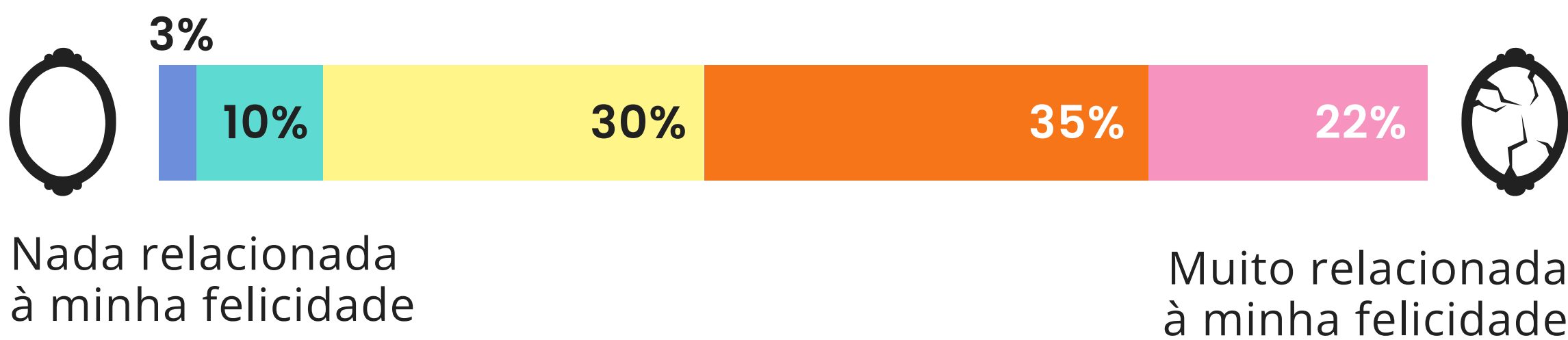
Como você avalia a sua autoestima em relação à sua aparência?



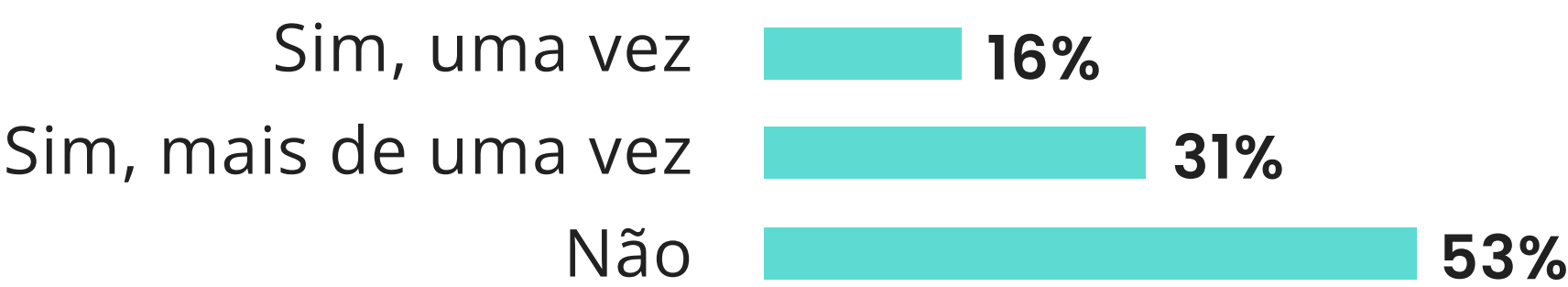
Você diria que, hoje, você está...



O quanto você diria que sua aparência física está relacionada à sua felicidade?



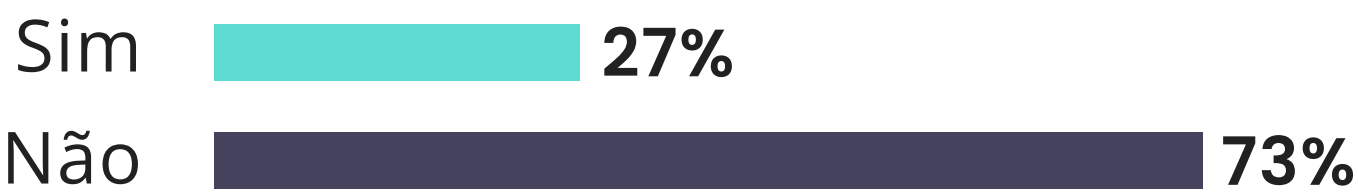
Você já deixou de participar de atividades sociais, como eventos, festas, por não se sentir confortável com sua aparência?



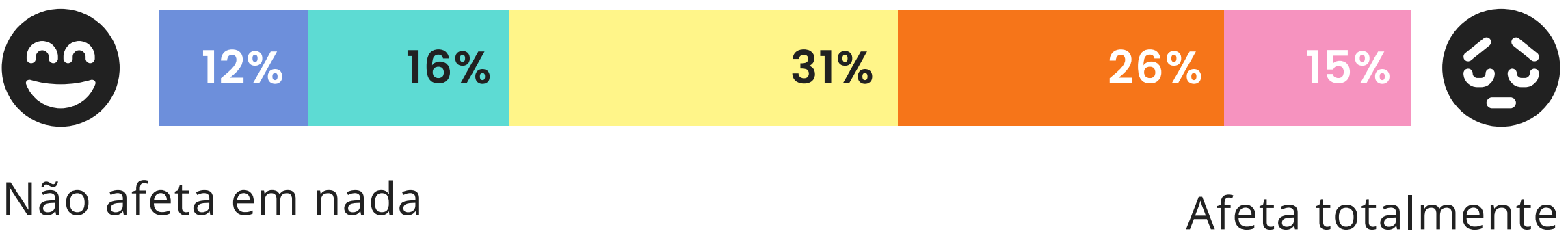
Ainda que mais da metade dos entrevistados afirme que se considera uma pessoa bonita e com uma autoestima alta em relação à aparência, chama a atenção como a aparência física se tornou um pilar central da satisfação pessoal: **mais da metade dos respondentes afirma que sua aparência está fortemente ligada à sua felicidade.**

E essa preocupação com o corpo também afeta as interações sociais: **47% dos participantes** disseram que já evitaram eventos sociais, como festas e encontros por não se sentirem bem com sua aparência. Esse índice é ainda mais acentuado entre os gêneros: **52% das mulheres já deixaram de participar de atividades sociais por causa da aparência, enquanto apenas 40% dos homens disseram o mesmo.**

Você já buscou ajuda profissional (psicólogo, terapeuta, etc.) por questões relacionadas à sua aparência ou autoestima?



Em que medida você diria que a preocupação com sua aparência afeta seu bem-estar mental?



A pressão sobre a aparência pode ter um efeito profundo no estado emocional: para 41% dos entrevistados, o cuidado com a aparência afeta significativamente o seu bem-estar mental. Esse cenário explica por que a busca por suporte profissional tem estado em evidência: hoje, **27% já buscaram psicólogos ou terapeutas** para lidar com questões de autoestima e aparência.

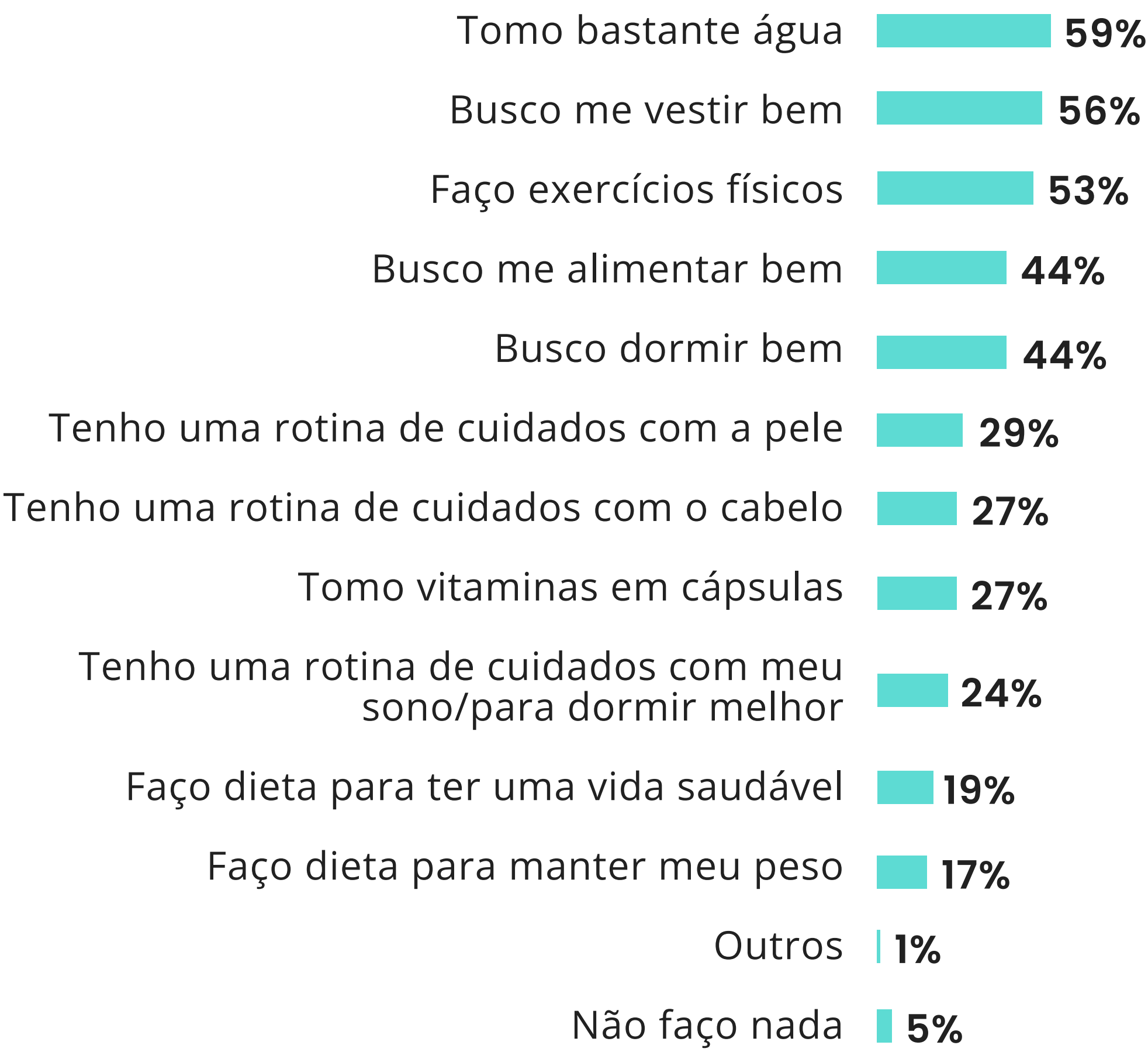
52% já se sentiram intimidados por não fazerem parte do padrão de beleza mais aceito

62% afirmam que deixam de postar uma foto sempre que sentem que não ficaram bem na imagem

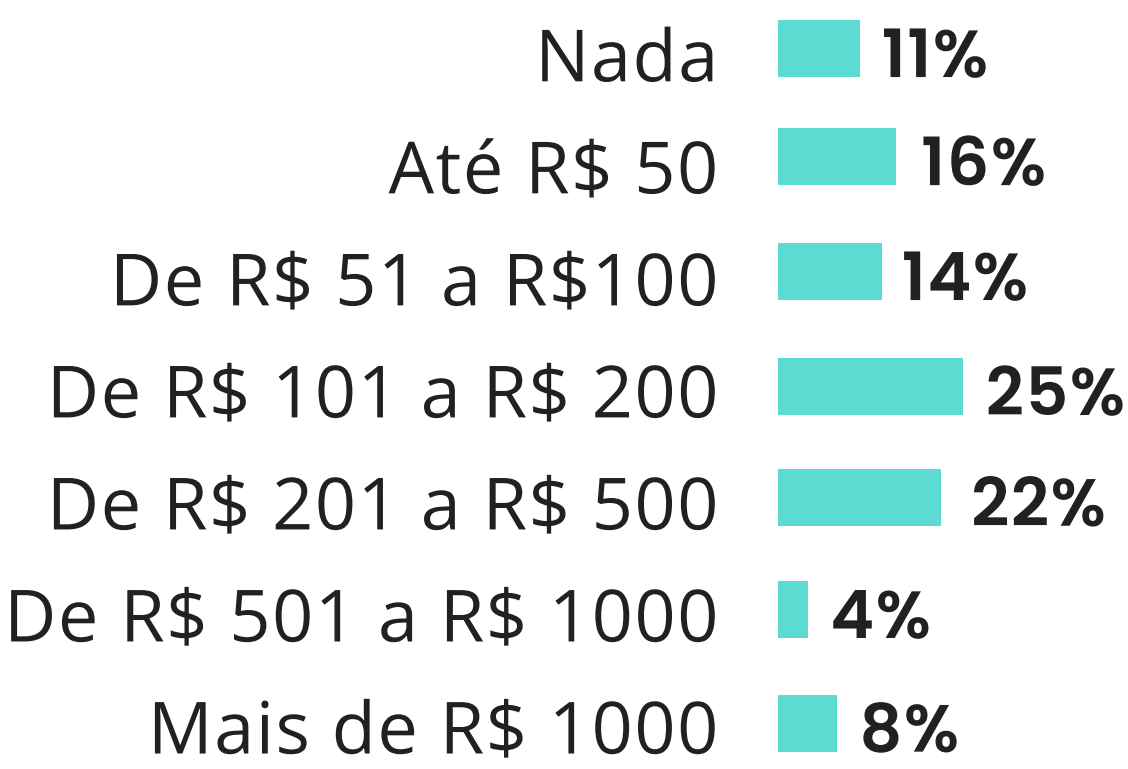
50% já deixaram de sair de casa por não se sentirem uma pessoa bonita

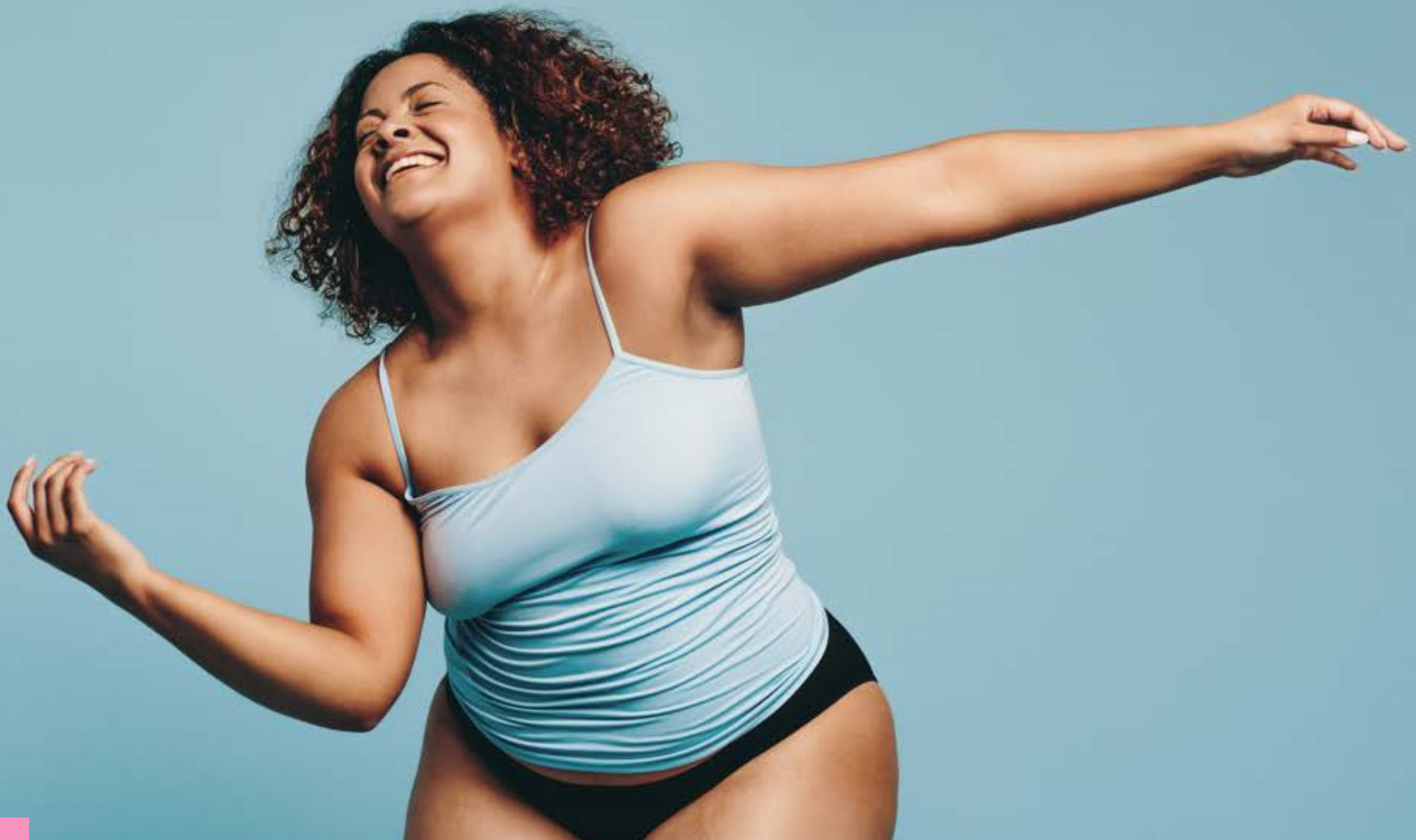


No dia a dia, o que você faz para cuidar da sua aparência?



Pensando em um mês normal na sua vida, em média, quanto você gasta para cuidar da sua aparência?



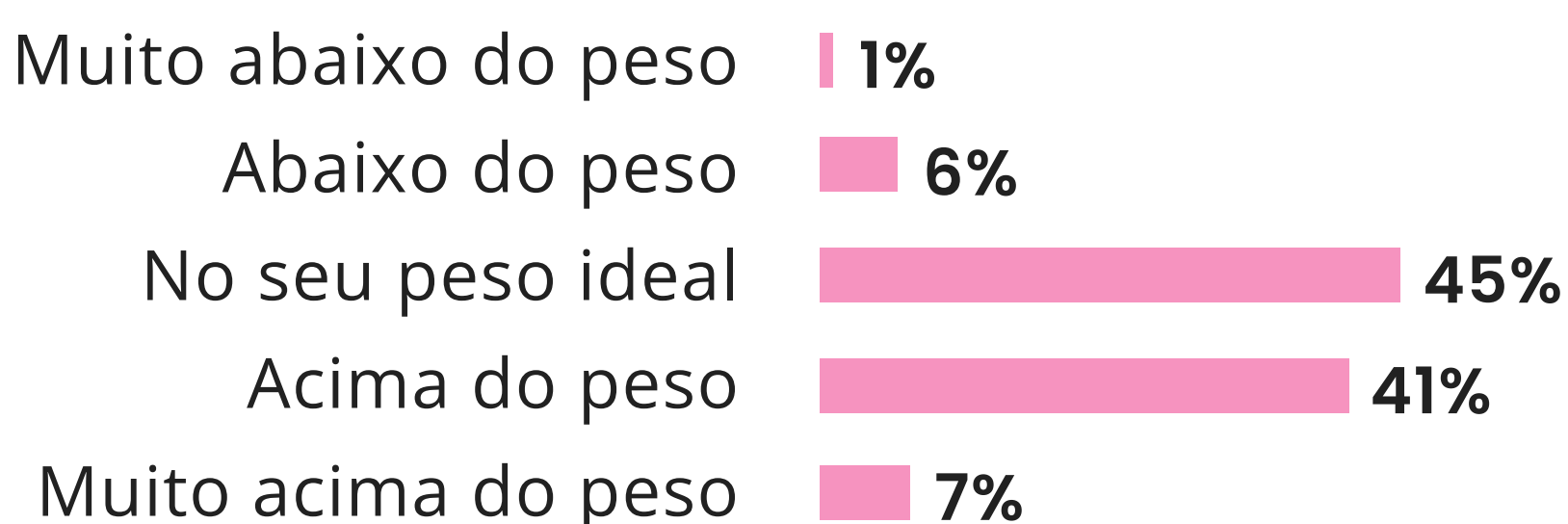


Peso ideal ou idealizado?

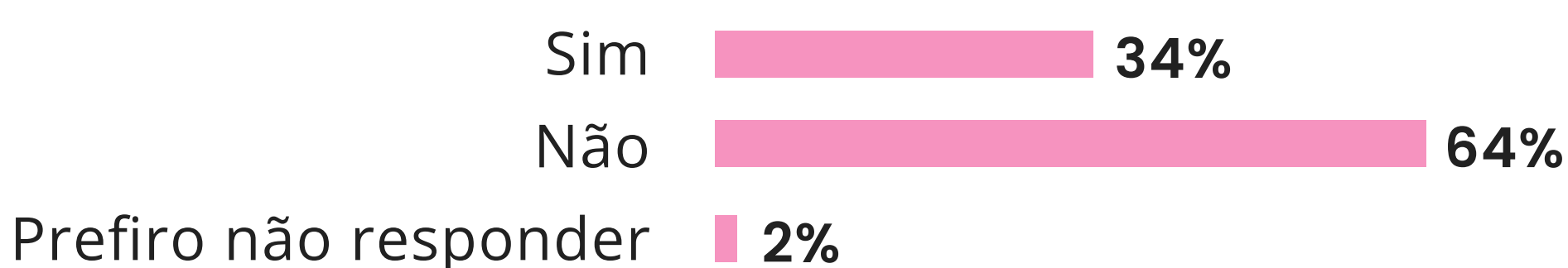
O peso, para muitas pessoas, é muito mais do que um número, e a balança se torna uma medida do sucesso ou fracasso no que diz respeito à aparência.

O corpo idealizado muitas vezes está atrelado a um peso específico, por isso, os dados a seguir exploram como os brasileiros avaliam o próprio peso, se já sofreram preconceito devido a ele e como isso impacta sua saúde mental, autoestima e interações sociais.

Se você tivesse que avaliar sua relação com seu peso, você diria que está...



Você já sofreu algum tipo de preconceito em razão do seu peso?



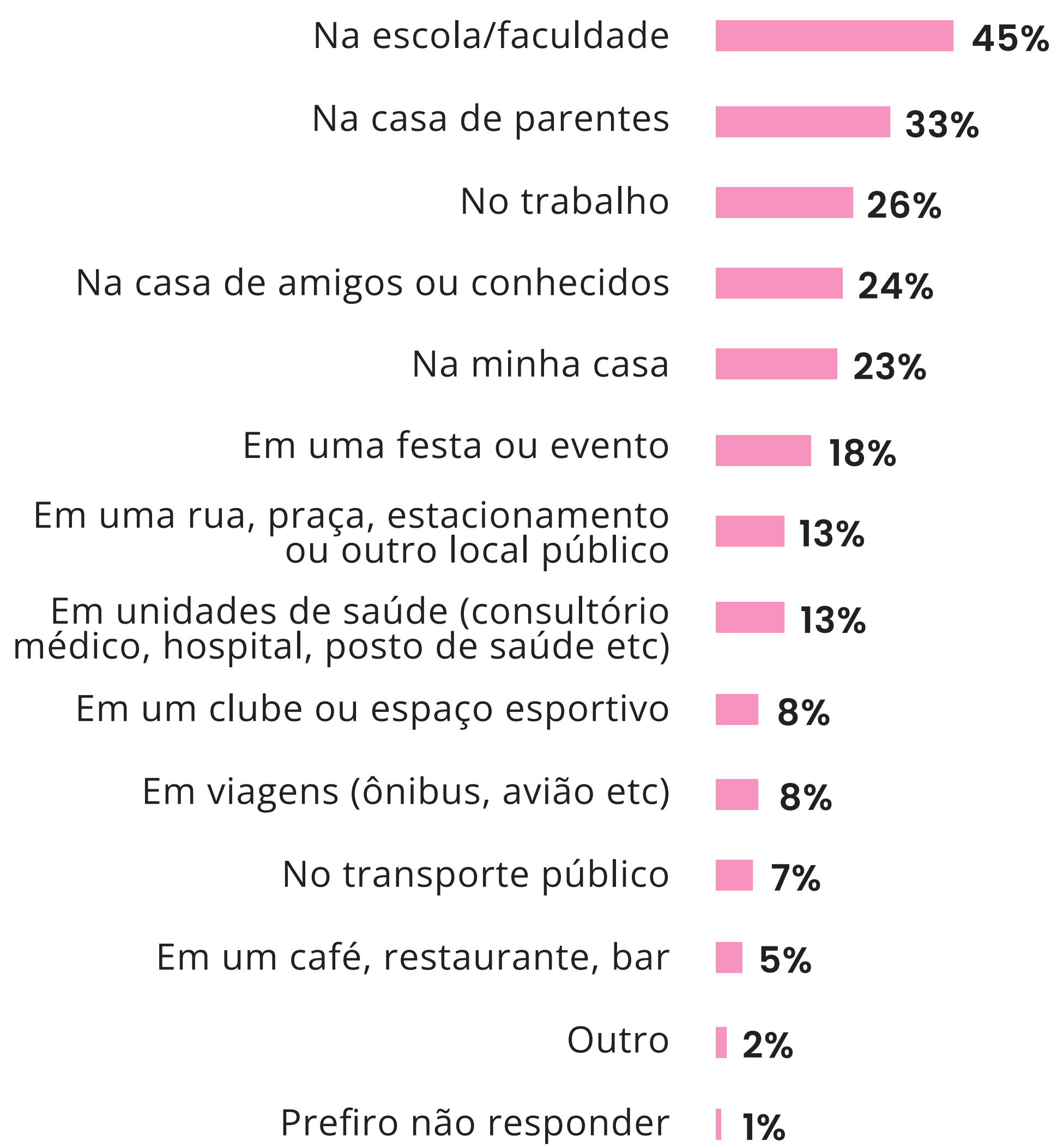
Embora quase metade dos brasileiros sintam que estão em seu peso ideal, a outra metade se divide em uma luta contra a balança ou contra o espelho, com **48% dos respondentes** declarando estar acima ou muito acima do peso.

Quando questionados sobre preconceito relacionado ao peso, **34% afirmaram já ter sofrido algum tipo de discriminação.**

Quando analisamos os dados por gênero, percebemos que **mais mulheres (38%) do que homens (27%) relataram sofrer preconceito devido ao peso,** evidenciando que o peso é um fator que envolve pressão social maior sobre as mulheres.

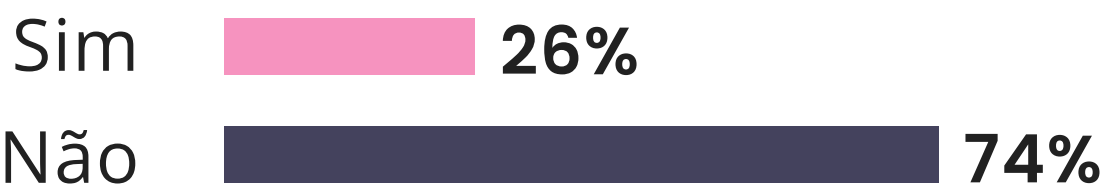
Onde esse preconceito aconteceu?

*Responderam apenas pessoas que afirmaram terem sofrido



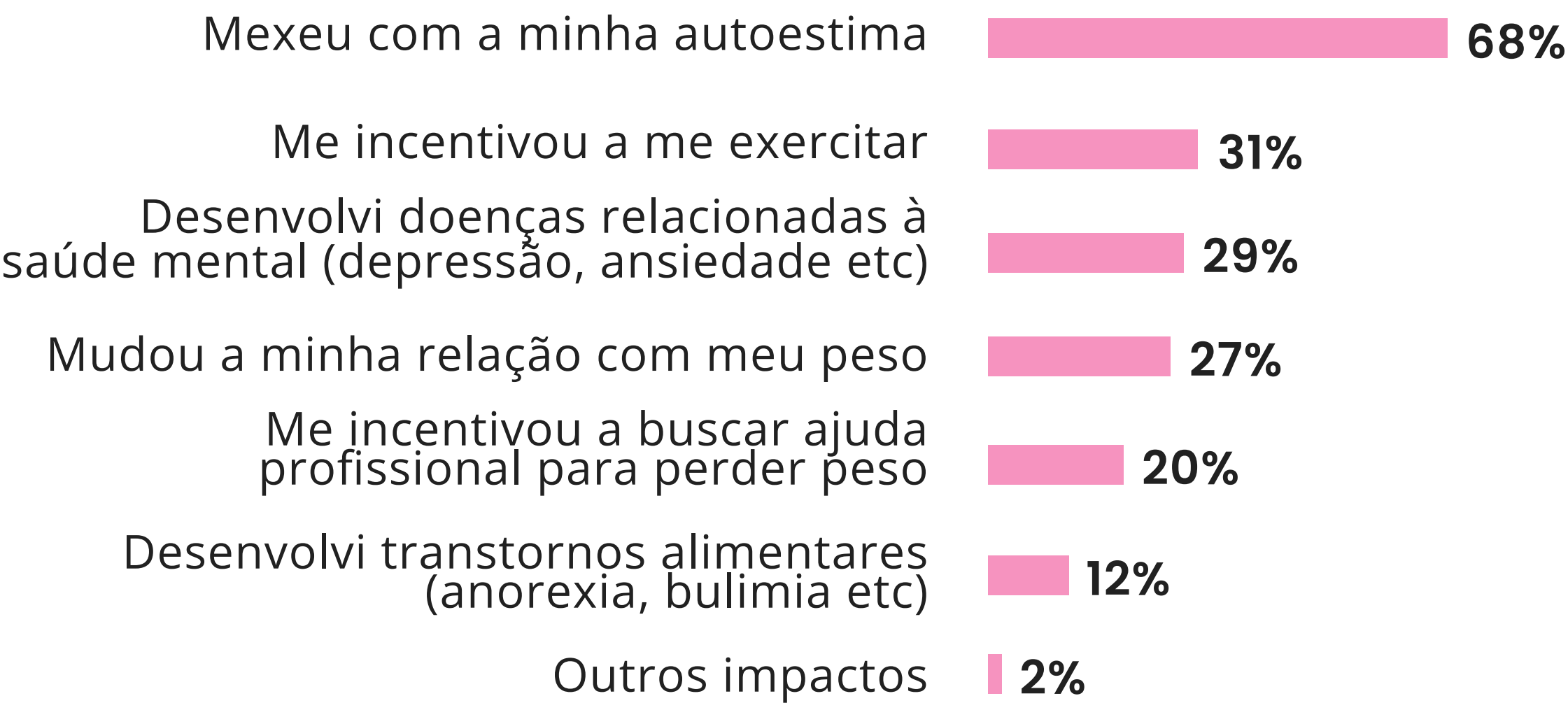
O preconceito que você sofreu em relação ao seu peso teve algum impacto na sua vida, saúde ou bem-estar?

Responderam apenas pessoas que afirmaram ter sofrido preconceito



Que tipo de impacto o preconceito em relação ao peso teve na sua vida?

*Responderam apenas pessoas que afirmaram que o preconceito sofrido teve impacto



Esses dados revelam como o preconceito sobre o peso ainda está muito presente no cotidiano das pessoas, influenciando não só suas percepções, mas também suas escolhas e interações sociais.

A gordofobia – ou seja, o preconceito contra pessoas gordas – fortalece uma visão distorcida do corpo com padrões estéticos pouco realistas, reforçando a insatisfação e dificultando a aceitação pessoal.

50% já tiveram dificuldades de encontrar roupas de determinados tamanhos por causa do peso

47% já deixaram de ir à praia ou piscina por vergonha do corpo

Quando o peso vira o centro das atenções, o preconceito ganha espaço e o impacto disso vai muito além da estética, afetando o psicológico e, muitas vezes, criando um ciclo de insegurança e autocrítica.

A maior parte dos participantes que sofreu preconceito disse que isso **afetou sua autoestima (68%)**. Além disso, 29% disseram ter desenvolvido **problemas de saúde mental**, como ansiedade e depressão, como resultado do preconceito relacionado ao peso.

A busca pelo corpo idealizado continua sendo um dos principais motores para a prática de exercícios: **31% das pessoas afirmaram que o preconceito ocorrido as incentivou a se exercitar**, um panorama muito parecido com o que analisamos no estudo Corpo em Movimento, que reforça que a busca pelo corpo idealizado continua sendo um dos principais motores para a prática de exercícios.



Pesquisa Corpo em Movimento

Entenda como os brasileiros estão praticando atividades físicas, suas preferências e hábitos de consumo.

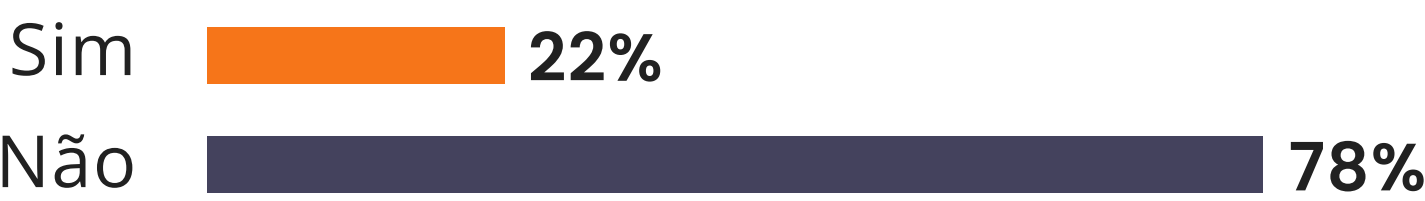
BAIXAR AGORA



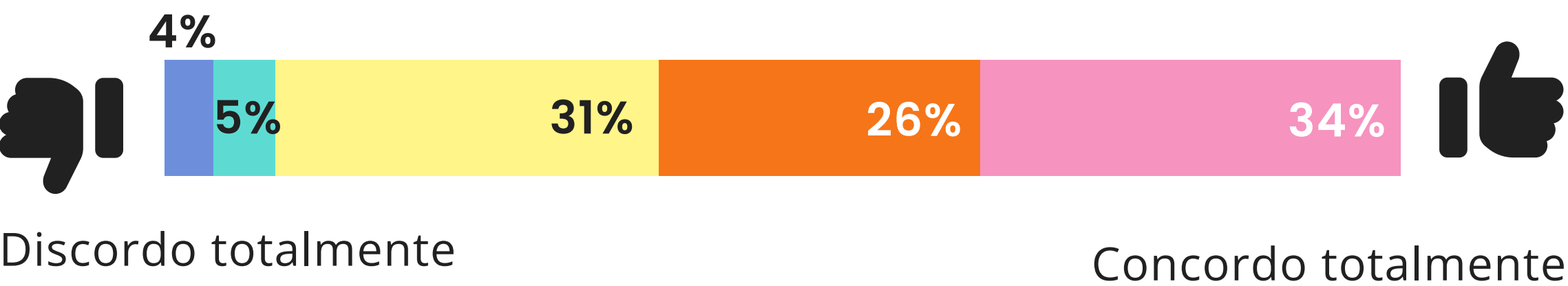
Movimento Body Positive

A pressão para se adequar ao peso “ideal” imposta pela sociedade ainda afeta muitas pessoas, e por isso, o movimento Body Positive se tornou essencial. Ele propõe uma mudança de perspectiva, onde todos os corpos são aceitos e celebrados, independentemente do tamanho ou formato.

Você conhece o movimento body positive?



O quanto você concorda que mais marcas deveriam aderir ao movimento body positive em suas campanhas e posicionamentos?





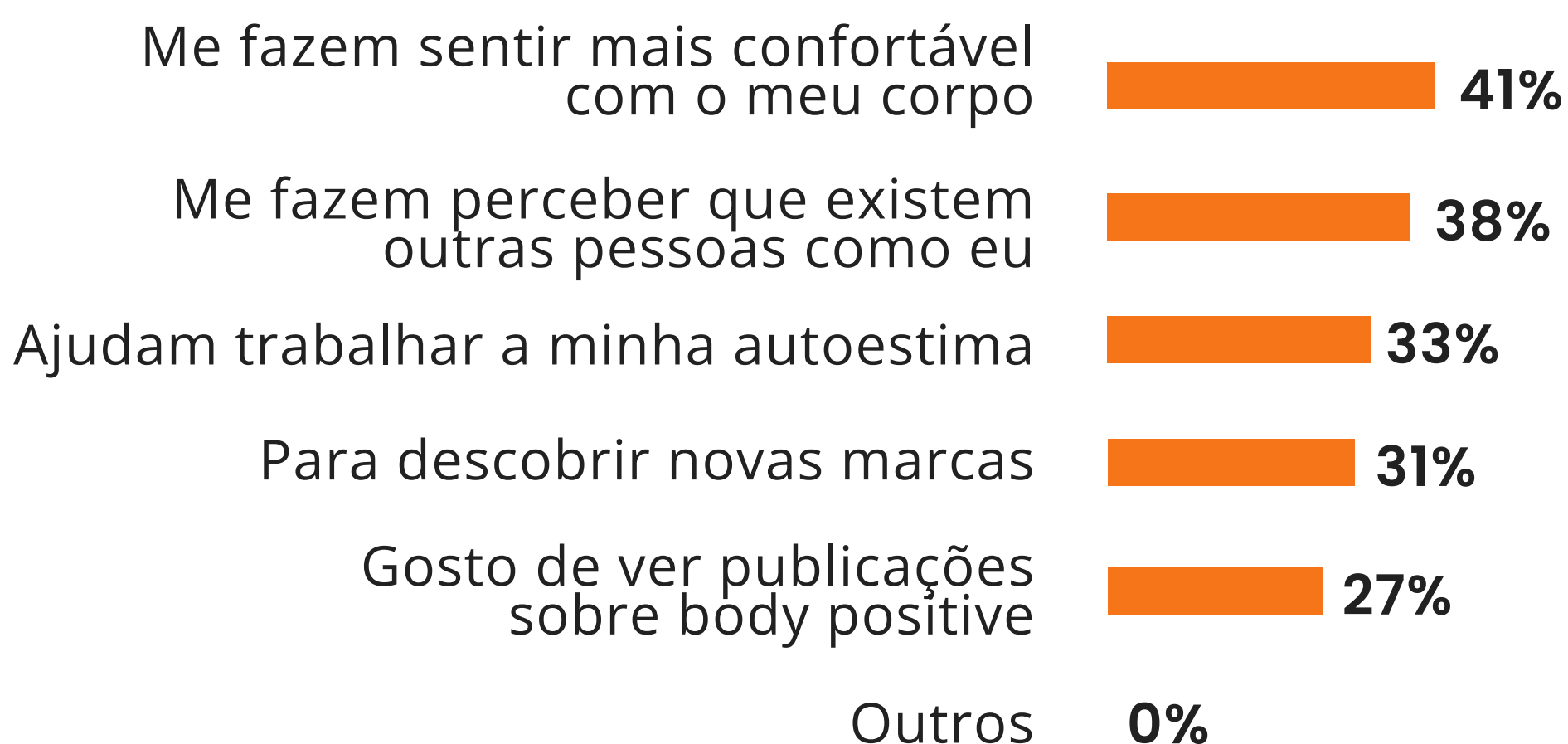
60% dos brasileiros acham que mais marcas deveriam se comprometer com o movimento Body Positive.

No entanto, essa mudança ainda não é abraçada pela maioria das marcas, que continuam a seguir modelos de beleza distantes da realidade de boa parte da população.

Você acompanha influenciadores adeptos ao body positive?



Por que você gosta de acompanhar influenciadores que seguem esse movimento?



O motivo mais citado (41%) para seguir influenciadores do movimento Body Positive é que eles **ajudam as pessoas a se sentirem mais confortáveis com seus corpos**. Isso mostra como a representatividade é fundamental para a aceitação: quando as pessoas se veem representadas, elas se sentem mais seguras e menos sozinhas.

49%

afirmam que propagandas estreladas por pessoas que se parecem com elas podem influenciar mais uma compra.

67%

gostariam de ver diferentes tipos de corpos em filmes, novelas ou séries.

70%

concordam que propagandas, de forma geral, ajudam a reproduzir padrões irreais de beleza.

A pressão para se ajustar a padrões estéticos continua forte, seja em relação ao que vemos na TV, nas redes sociais ou até no mercado de trabalho. Apesar de pequenos avanços, a aceitação do corpo é uma luta constante contra padrões estéticos fortemente enraizados.



PARA AS MARCAS, FICA A DICA:

Os consumidores buscam ver diversidade e autenticidade nas marcas com as quais escolhem se conectar.

Quando uma marca utiliza pessoas com diferentes tipos de corpo, etnias, idades e estilos de vida, ela não só amplia seu apelo para uma base mais ampla de consumidores, mas também transmite uma mensagem poderosa de inclusão e aceitação.

O mercado está pedindo, cada vez mais, uma representação mais inclusiva e diversa: é sobre mostrar uma visão mais ampla do que significa ser bonito, saudável ou desejável.

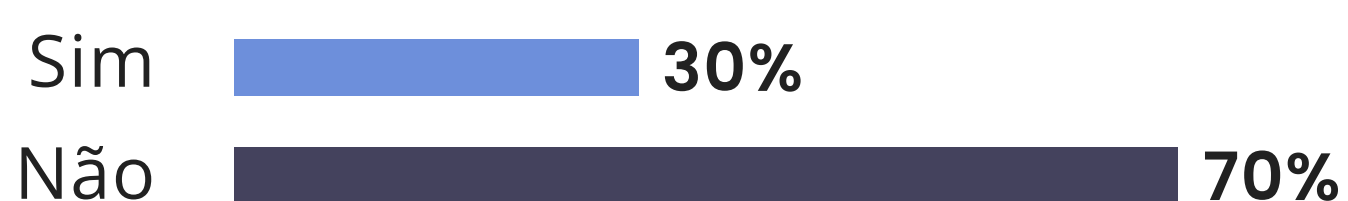


A normalização dos procedimentos estéticos

A busca por procedimentos estéticos está cada vez mais presente na vida das pessoas, com um número crescente de indivíduos recorrendo a esses procedimentos para atender aos padrões de beleza, melhorar a autoestima ou simplesmente para desacelerar o processo de envelhecimento.

A ideia de melhorar a aparência ou de buscar soluções para envelhecer com mais naturalidade não é mais vista como algo inalcançável: os procedimentos estéticos deixam de ser um tabu e começam a se normalizar em diversas faixas etárias e classes sociais.

Você já realizou algum procedimento estético permanente ou de longa duração?

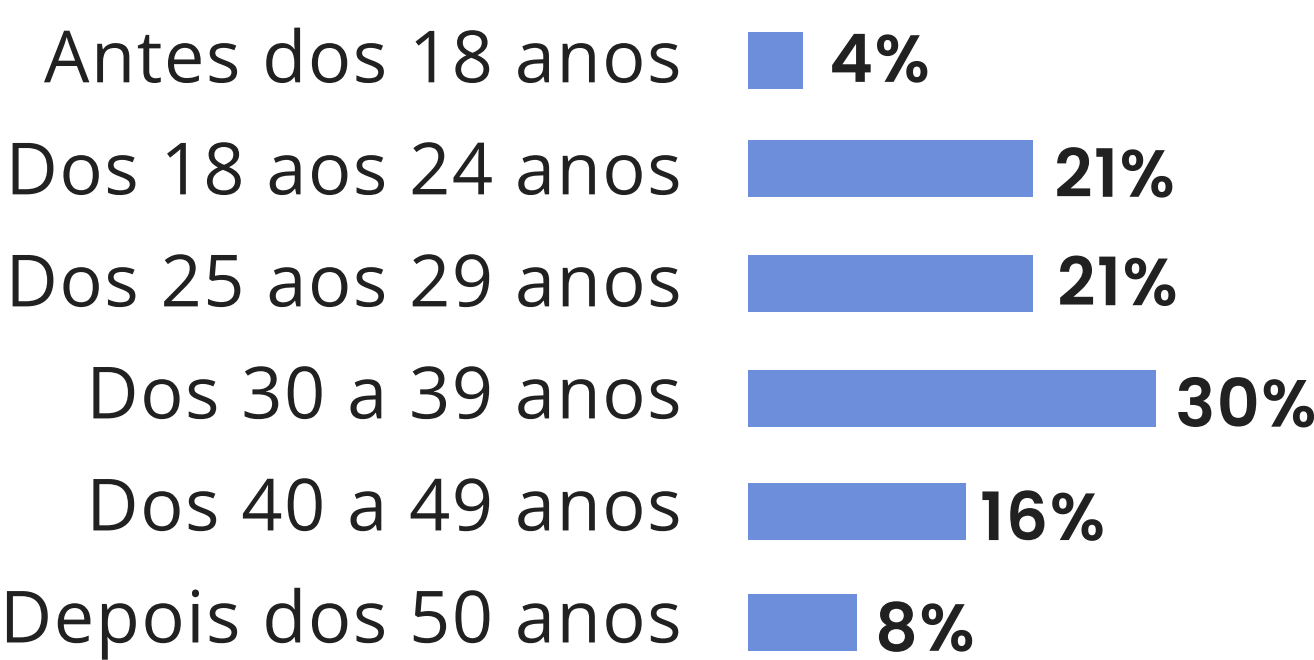


Entre as **classes CDE**, **29% das pessoas** relatam já ter realizado algum procedimento estético, enquanto **35% das classes AB** também o fizeram. Essa diferença não tão grande revela uma disseminação crescente desses serviços que antes eram mais associados a classes mais altas, mas que agora se tornaram acessíveis a uma gama mais ampla de consumidores.

Para as classes mais baixas, o acesso a esses serviços muitas vezes envolve maiores riscos, como a escolha de profissionais menos qualificados e a necessidade de endividamento para arcar com os custos

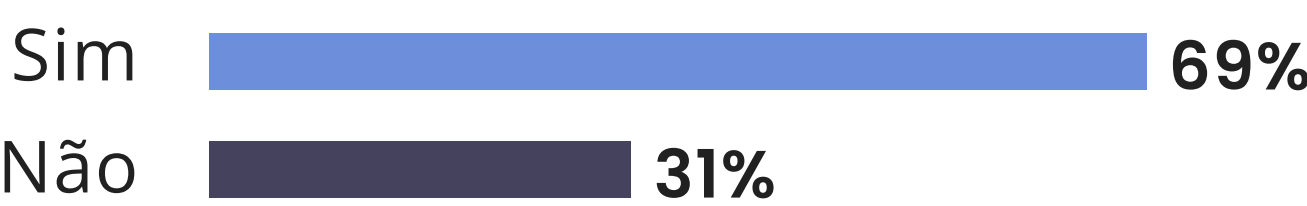
Quando você fez o seu primeiro procedimento estético?

**Responderam apenas aqueles que já realizaram procedimentos estéticos*



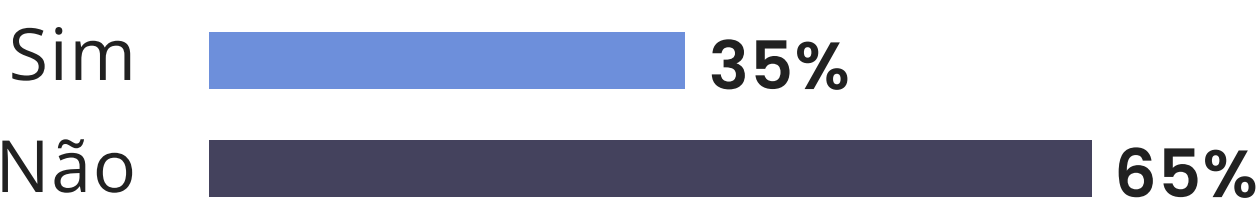
Você já fez algum procedimento estético para amenizar o envelhecimento?

**Responderam apenas aqueles que já realizaram procedimentos estéticos*



Você já se arrependeu de algum procedimento estético que fez?

**Responderam apenas aqueles que já realizaram procedimentos estéticos*



A busca pela "eterna juventude" continua a ser uma motivação importante para muitas pessoas: **69% das pessoas** que já fizeram algum procedimento estético o fizeram com o objetivo de **amenizar o envelhecimento**.

Isso reflete uma preocupação crescente com a aparência e um desejo de manter uma aparência jovem por mais tempo, e os procedimentos estéticos se tornaram uma das principais ferramentas para atingir esse objetivo.

E quem nunca fez procedimentos?

Você faria ou tem vontade de fazer um procedimento estético?

**Responderam apenas aqueles que não realizaram procedimentos*



Embora a maioria das pessoas ainda não tenha recorrido a procedimentos estéticos, há uma disposição crescente entre os que nunca fizeram para considerar essa possibilidade no futuro: **44% dos entrevistados** disseram que estariam abertos a essa ideia.

Hoje, muitos consideram a possibilidade de realizar um procedimento estético como parte de cuidar de si ou como uma maneira de se sentir mais confortável com a própria imagem.

62%

afirmam ter medo dos riscos de uma cirurgia plástica ou procedimento estético

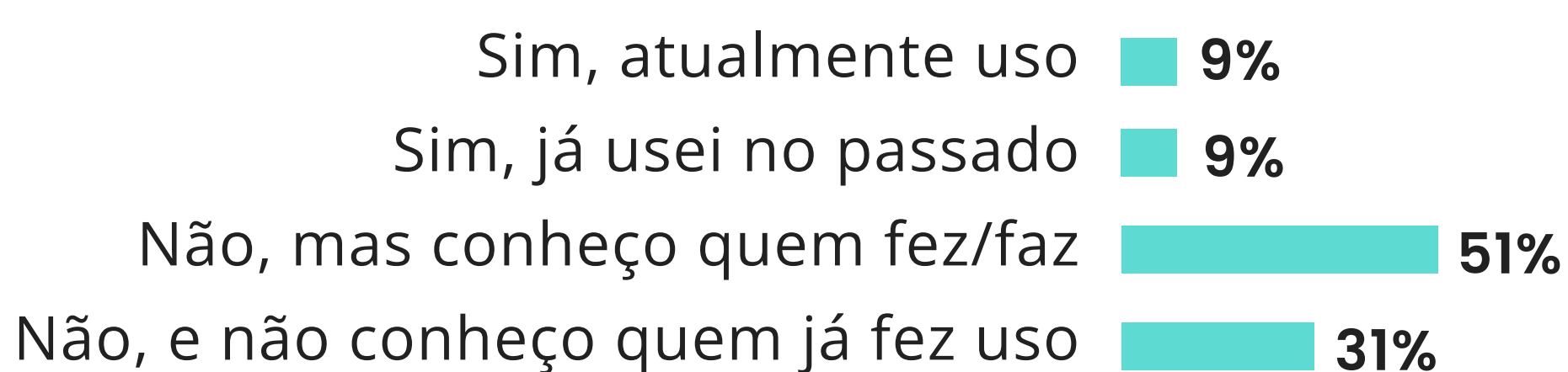


As polêmicas canetas emagrecedoras

Nos últimos anos, as canetas emagrecedoras se tornaram um fenômeno crescente, com farmácias relatando a falta de estoque desses produtos e uma grande demanda por todo o país.

Popularizadas como métodos ágeis para emagrecer, as canetas como Ozempic e Mounjaro são medicações para o tratamento de diabetes tipo 2, mais especificamente o semaglutídeo, cuja principal função é ajudar no controle glicêmico, e não no emagrecimento.

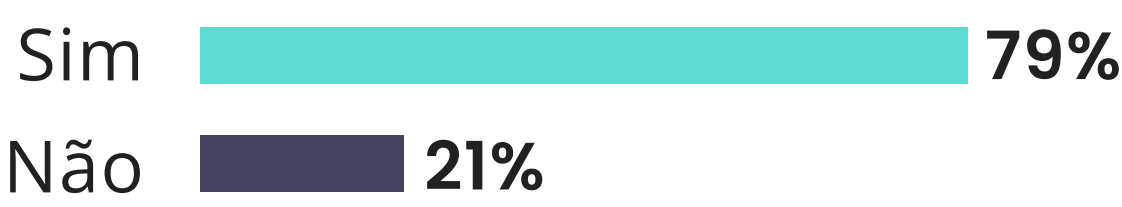
Você já fez ou faz uso de canetas emagrecedoras?



O dado de **51% conhecerem alguém que usou canetas emagrecedoras** é um reflexo claro de como as canetas emagrecedoras se tornaram um item popular, especialmente entre aqueles que buscam uma maneira rápida de perder peso.

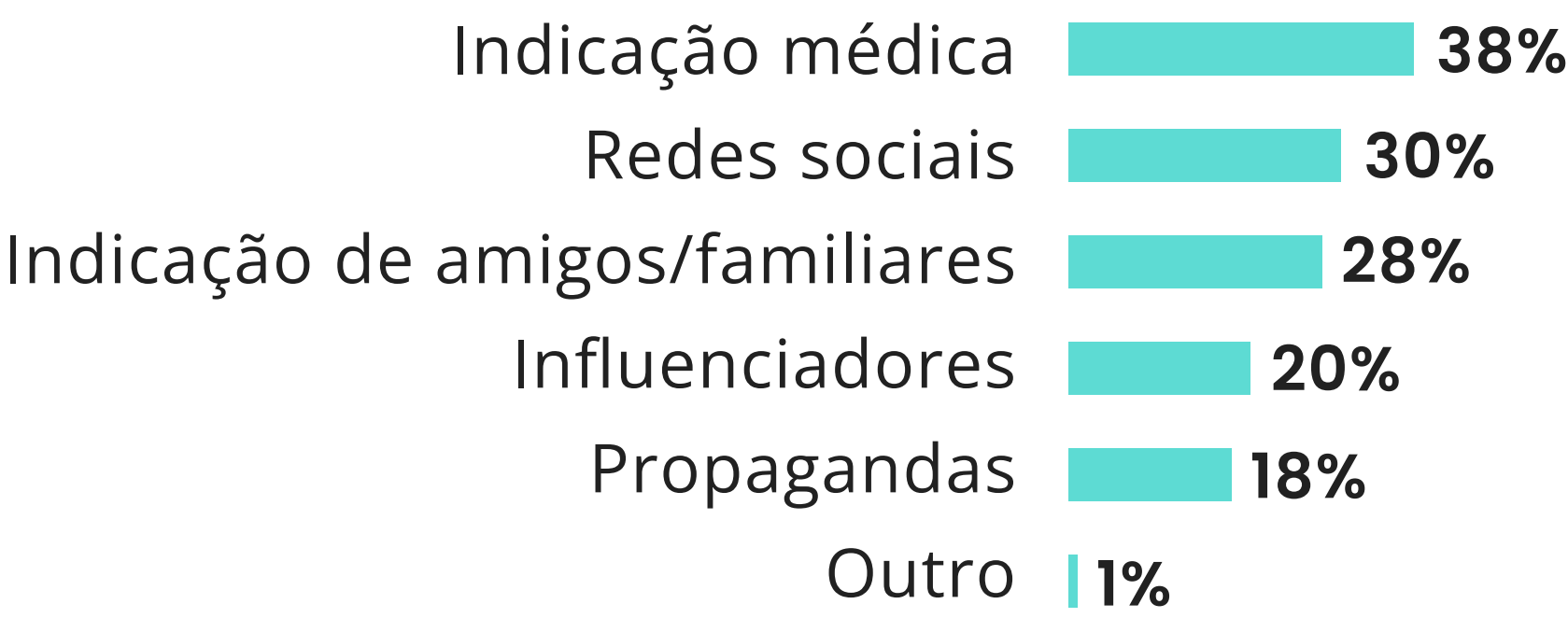
O seu tratamento com canetas emagrecedoras foi feito com acompanhamento médico?

**Responderam apenas aqueles que já fizeram ou fazem uso de canetas emagrecedoras*

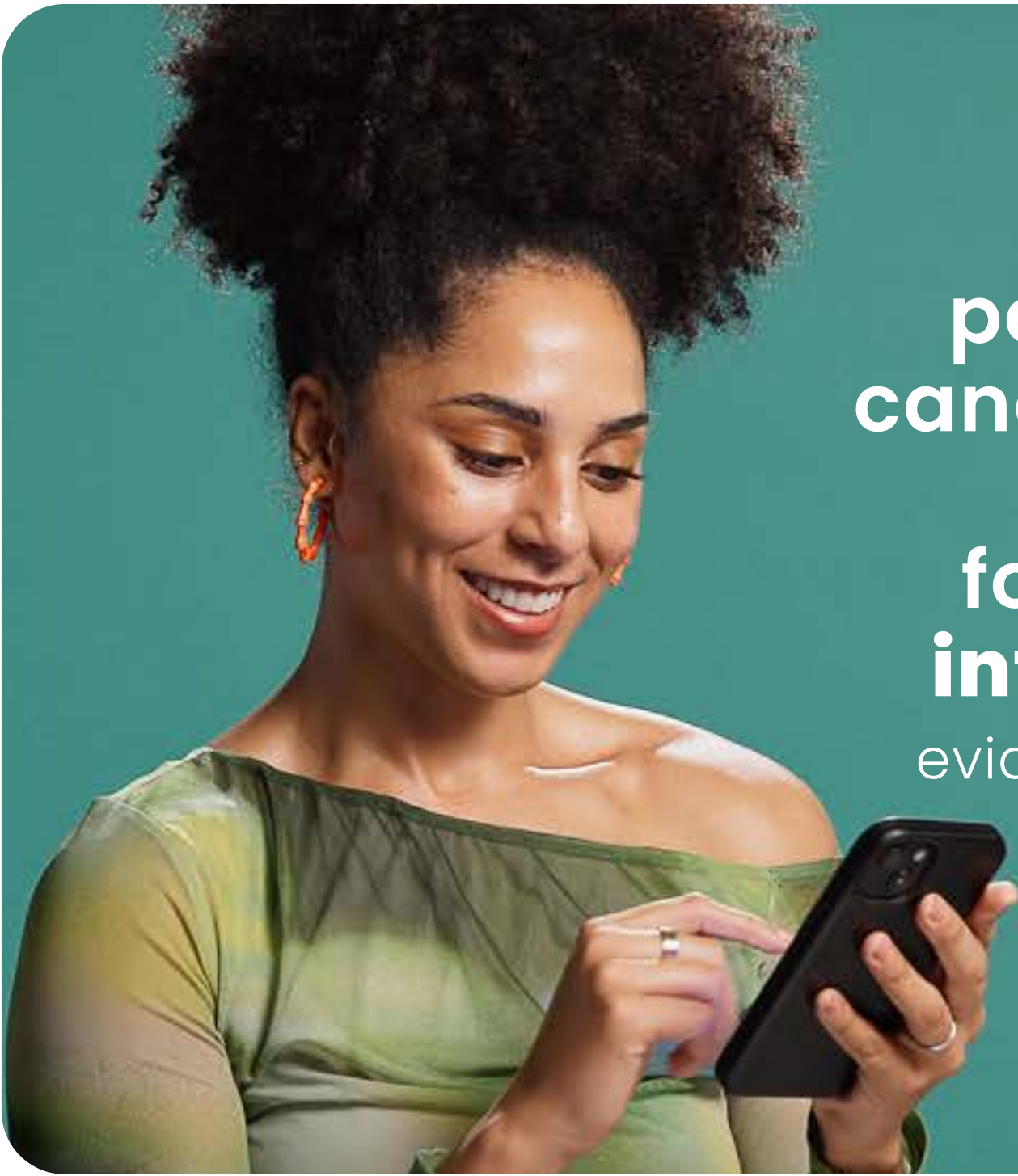


Por que você gosta de acompanhar influenciadores que seguem esse movimento?

**Responderam apenas aqueles que já fizeram ou fazem uso de canetas emagrecedoras*

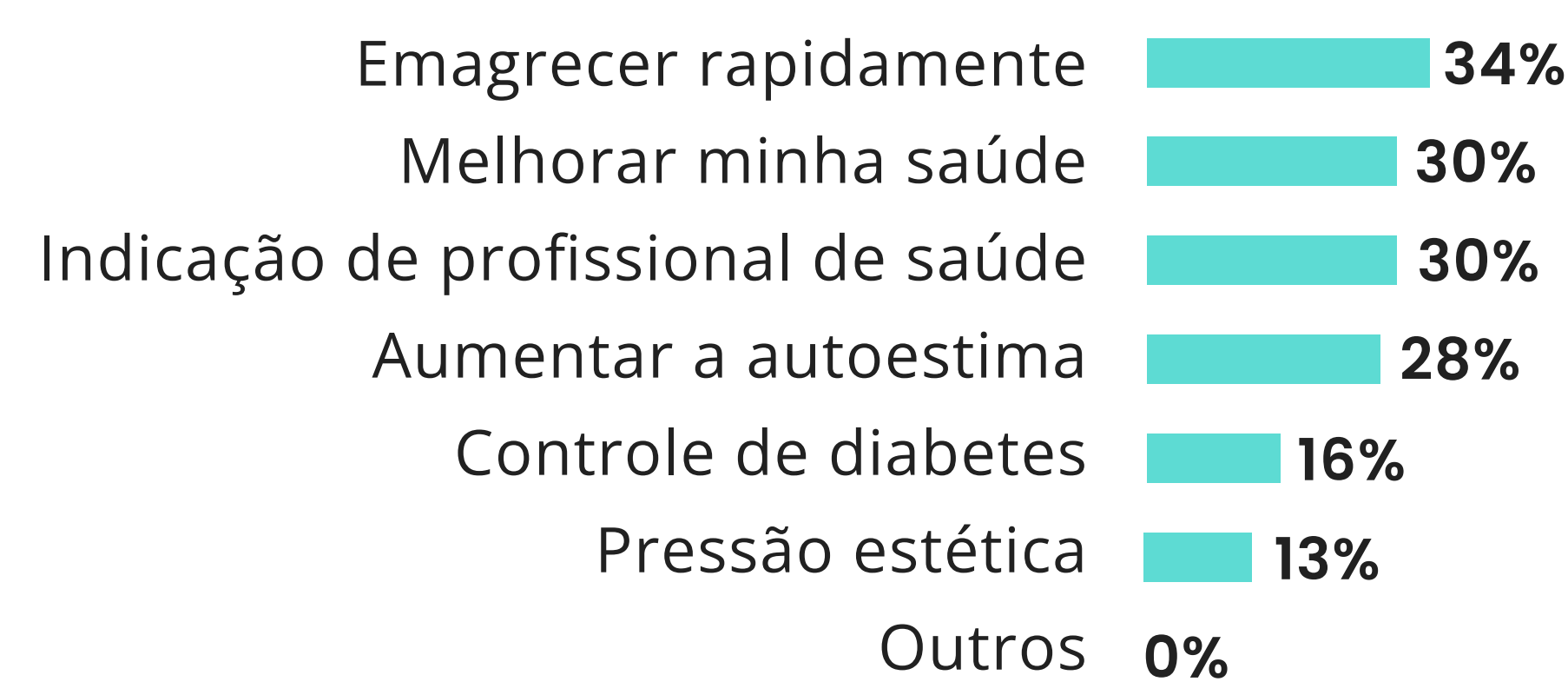


30% das pessoas conheceram as canetas através das redes sociais, enquanto 20% foram influenciadas por influenciadores digitais, evidenciando como as redes sociais têm um papel fundamental na popularização desses produtos.

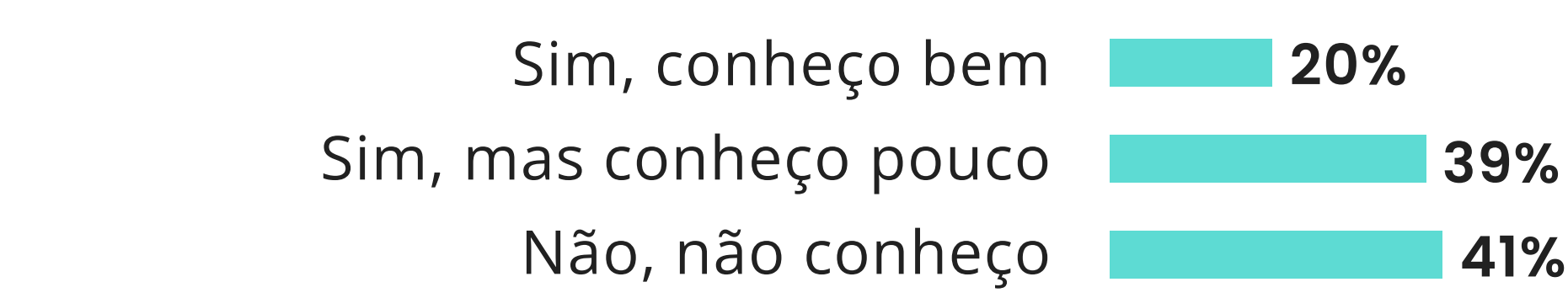


Qual motivo fez você começar o tratamento com canetas emagrecedoras?

**Responderam apenas aqueles que já fizeram ou fazem uso de canetas emagrecedoras*



Você conhece os possíveis efeitos colaterais das canetas emagrecedoras?



Embora a maioria das pessoas que usaram as canetas tenha feito isso com acompanhamento médico, **21% usaram por conta própria.**

Esse dado é preocupante já que, mesmo com a supervisão médica, o uso de canetas para emagrecimento pode trazer efeitos colaterais indesejados, como problemas gastrointestinais e alterações no metabolismo, caso não sejam monitorados corretamente.

Outro dado alarmante é que **41% declaram que não conhecem os efeitos colaterais do uso de canetas emagrecedoras.** Isso é um reflexo da falta de informação clara e precisa sobre os riscos desses medicamentos, muitas vezes minimizados ou omitidos nas propagandas e nas recomendações feitas por influenciadores.

Ainda que as canetas emagrecedoras estejam amplamente popularizadas e muitas pessoas recorram a elas como uma alternativa para emagrecimento, uma parcela significativa dos entrevistados demonstra preocupação com o uso indiscriminado desse tipo de produto.

74%

concordam que o uso de canetas emagrecedoras deveria ser restrito apenas para quem possui recomendação médica

42%

não acham que canetas emagrecedoras são uma forma segura de emagrecimento

74%

afirmam que as redes sociais influenciam o interesse das pessoas em canetas emagrecedoras



O impacto da maquiagem na percepção da beleza

A maquiagem tem um papel importante na forma como muitas pessoas se percebem e se sentem em relação à sua aparência. Para alguns, ela é uma forma de se expressar, realçar a beleza ou até melhorar a autoestima. Para outros, é algo que pode ser usado apenas em momentos especiais ou nem mesmo ser necessário.

A seguir, veja dados sobre como as pessoas se relacionam com a maquiagem e o impacto que ela tem na forma como vemos a beleza.

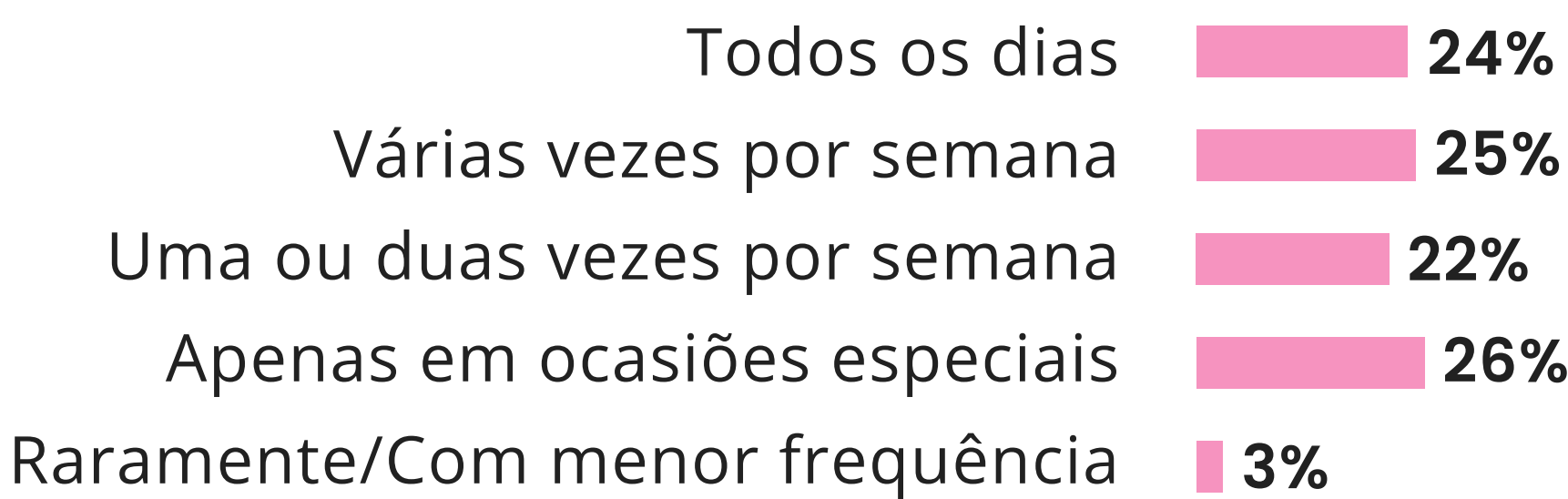
Você tem o hábito de usar maquiagem, nem que seja de vez em quando?



Embora 45% das pessoas usem maquiagem, seja de vez em quando ou mais frequentemente, ainda assim, **55% não têm o hábito de usar**. Isso mostra como a relação com a maquiagem pode ser bastante pessoal e variada. Para algumas pessoas, ela é uma ferramenta essencial no dia a dia; para outras, pode não ser algo tão relevante ou necessário.

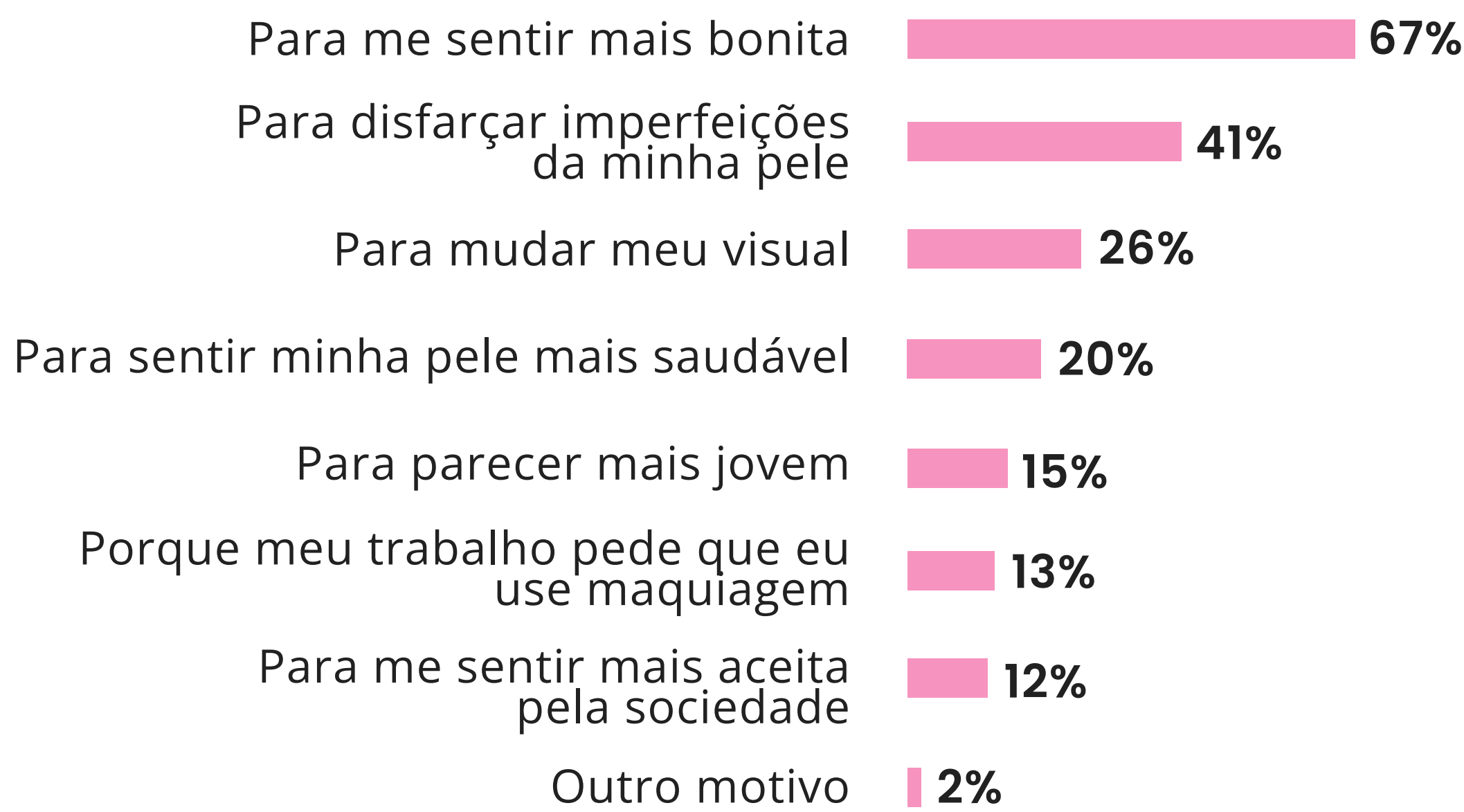
Com que frequência você se maquia?

**Responderam apenas pessoas que têm o hábito de usar maquiagem*



Entre os motivos abaixo, por quais deles você diria que usa maquiagem?

**Responderam apenas pessoas que têm o hábito de usar maquiagem*



Quando perguntadas sobre o motivo de usarem maquiagem, a maior parte das pessoas (67%) mencionaram que é para **se sentir mais bonita**. Isso demonstra como a maquiagem pode ser uma ferramenta poderosa para **aumentar a autoestima** e dar aquela confiança extra.

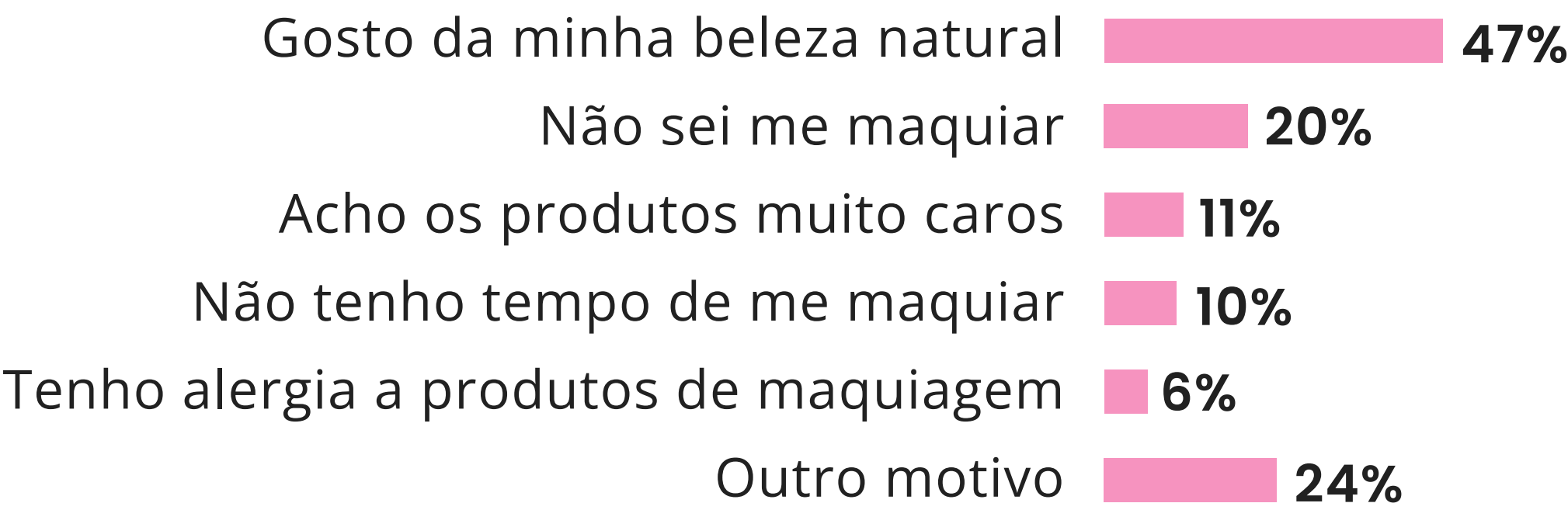
Além disso, **41%** das pessoas dizem usar maquiagem para **disfarçar imperfeições**, o que mostra que a maquiagem também tem esse poder de **ajudar a nos sentirmos mais confortáveis com nossa aparência**.



E quem não usa maquiagem?

Entre os motivos abaixo, por quais deles você diria que não usa maquiagem?

**Responderam apenas pessoas que não têm o hábito de usar maquiagem*



Entre as pessoas que não usam maquiagem, 47% dizem gostar da sua beleza natural, um lembrete importante de que a beleza não precisa ser definida apenas por produtos ou padrões, mas por como cada pessoa se sente consigo mesma.

Para 20% das pessoas que não sabem se maquiar, o simples **fato de não saber aplicar** os produtos pode ser uma razão para não usar maquiagem, enquanto **11%** acham os produtos **muito caros**, o que pode tornar o hábito inacessível para alguns.



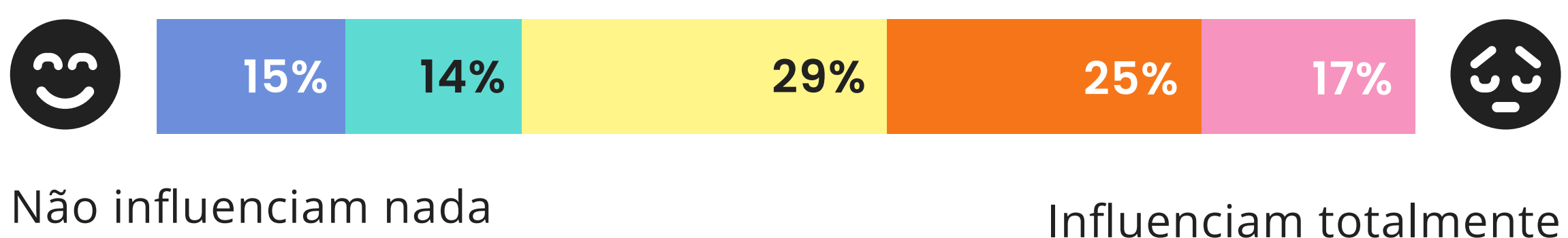
O mundo digital e a beleza, consumo e influência

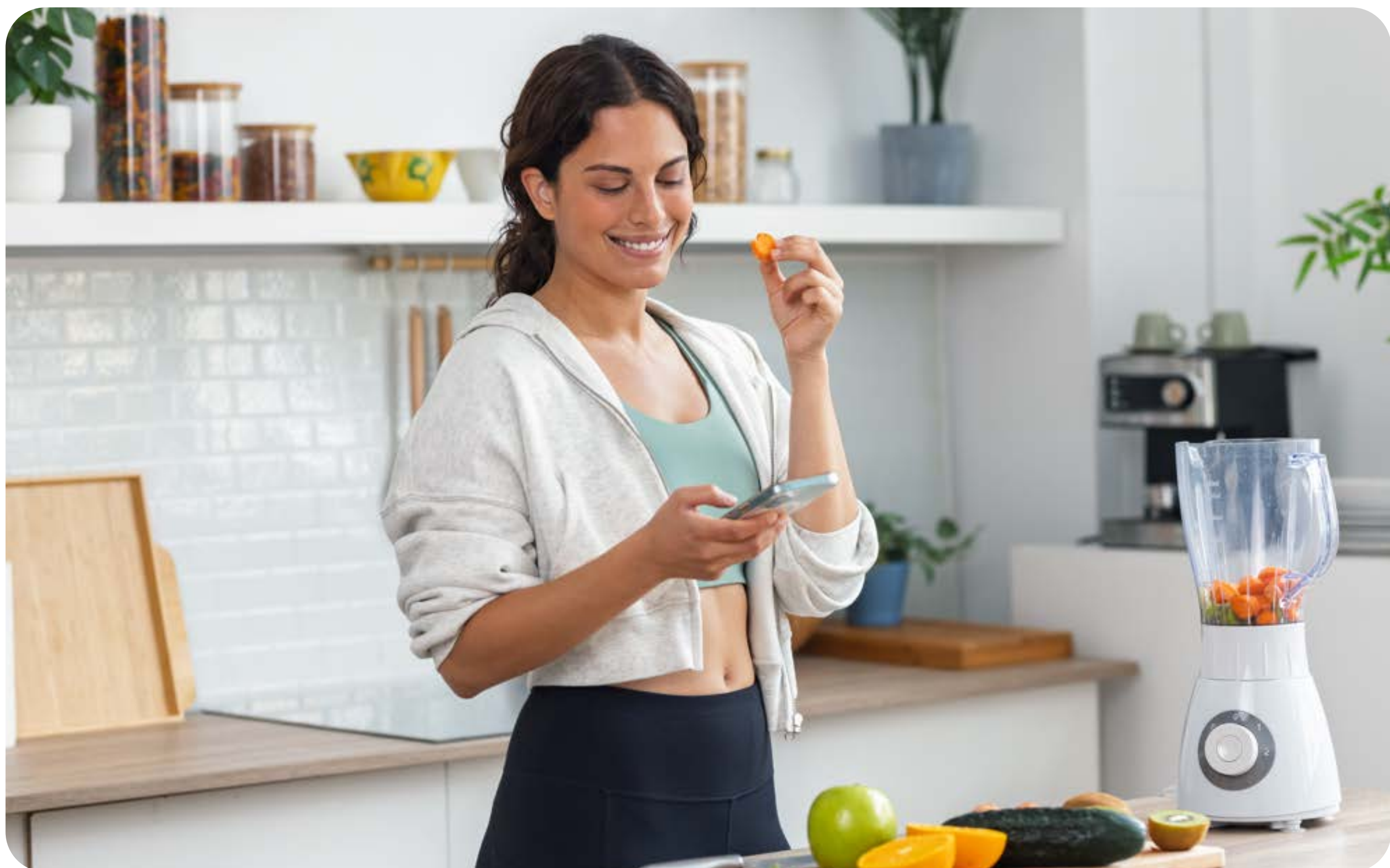
As redes sociais desempenham um papel cada vez mais central na forma como nos vemos e nos relacionamos com a beleza.

Com plataformas como Instagram, TikTok e YouTube dominando a vida cotidiana, a maneira como percebemos nossos próprios corpos e a beleza ao nosso redor tem sido moldada, em grande parte, pela influência do conteúdo que consumimos online.

Mas até que ponto isso realmente afeta a nossa percepção de beleza e nossas escolhas?

O quanto as redes sociais influenciam a sua percepção de beleza?





Você segue influenciadores voltados para a área da beleza e bem-estar nas redes sociais?



Para **42% dos brasileiros**, as redes sociais têm um papel fundamental na forma como vemos os padrões estéticos, seja através de filtros, tendências ou influenciadores. Mas **15% afirmam que não sentem nenhuma influência** das redes sociais sobre sua percepção de beleza.

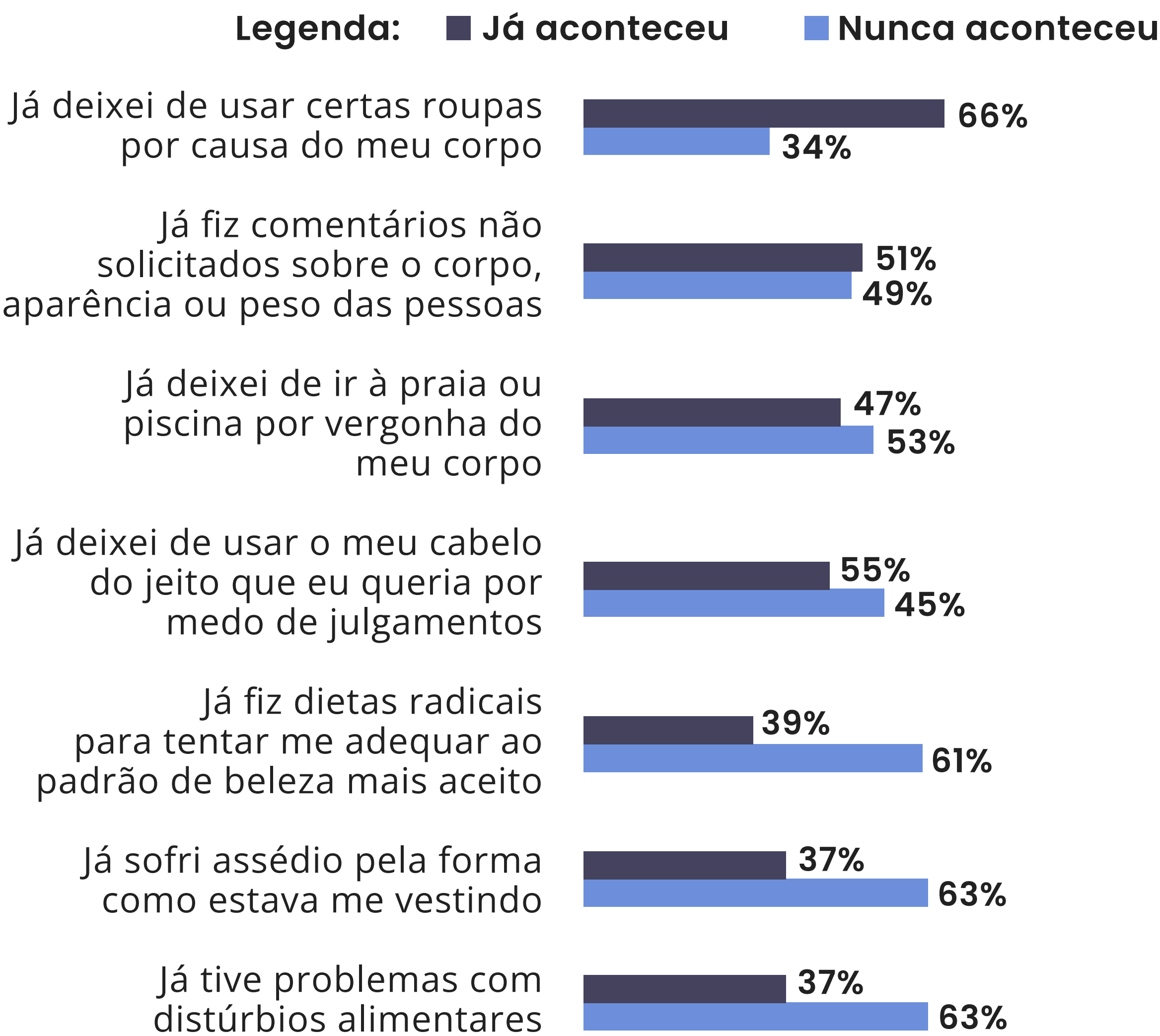
O fato de que **50% seguem influenciadores de beleza e bem-estar** indica a força dessas plataformas e a confiança que muitas pessoas depositam em quem as lidera. No entanto, essa divisão também sugere que, mesmo nas redes sociais, há um equilíbrio entre influência digital e preferências pessoais.

Se, por um lado, as redes sociais estão moldando nossos padrões de beleza, por outro, elas também estão criando espaços para representações diversas e novas formas de expressão.



Situações causadas pela pressão dos padrões de beleza

Os padrões de beleza impostos pela sociedade vão além de influenciar percepções e escolhas: eles também geram impactos reais no bem-estar emocional e social das pessoas. Muitas vezes, essa pressão resulta em sentimentos de inadequação e até em situações de exclusão ou desconforto. Em nossa pesquisa, exploramos como a busca por atender a esses padrões afeta a vida cotidiana, revelando as situações e desafios enfrentados pelas pessoas em decorrência dessa pressão.





Opiniões sobre padrões de beleza



CONHEÇA AS SOLUÇÕES DO OPINION BOX

Agora que você já sabe como é a relação dos brasileiros com os padrões de beleza, que tal começar a pesquisar sobre seu público, seu mercado e a concorrência para aprimorar a tomada de decisões do seu negócio?

Nós podemos ajudar você nisso! Com as nossas soluções especializadas em pesquisa de mercado e customer experience, você pode obter todos os dados que precisa! Conheça cada uma delas:

PLATAFORMA DE PESQUISA: na Plataforma de Pesquisa do Opinion Box, você cria o seu próprio questionário e envia para o nosso Painel de Consumidores. No painel, nós temos mais de um milhão de usuários cadastrados para responder às suas perguntas.

PESQUISAS CUSTOMIZADAS: com as nossas Pesquisas Customizadas, o nosso time de especialistas avalia os seus objetivos para ajudar a definir a melhor metodologia, o público-alvo e o volume de entrevistas. Nosso time cuida do projeto do início ao fim, trazendo experiência, técnica e inteligência para sua pesquisa.

PLATAFORMA DE CUSTOMER EXPERIENCE: na Plataforma de CX, você consegue realizar em diferentes canais os principais tipos de pesquisas voltadas para a experiência do consumidor e monitorar em tempo real seu NPS, CSAT e outros indicadores durante toda a jornada do cliente.

Caso tenha dúvidas em qualquer etapa do processo, o nosso time de especialistas estará à disposição para ajudar você.

MATERIAIS RECOMENDADOS



#Sem Achismo

 www.opinionbox.com

 blog.opinionbox.com

 Belo Horizonte | São Paulo



opinion  box