

FACULDADE SETE LAGOAS

**A IMPORTÂNCIA DO PLANO DE TRATAMENTO INDIVIDUALIZADO EM
HARMONIZAÇÃO FACIAL BASEADO EM CONCEITOS DE VISAGISMO E
MORFOPSICOLOGIA E O AUMENTO DA AUTOESTIMA:
revisão de literatura**

Fabiola da Motta Ferreira

São Paulo
2022

Fabiola da Motta Ferreira

**A IMPORTÂNCIA DO PLANO DE TRATAMENTO INDIVIDUALIZADO EM
HARMONIZAÇÃO FACIAL BASEADO EM CONCEITOS DE VISAGISMO E
MORFOPSIKOLOGIA E O AUMENTO DA AUTOESTIMA:
revisão de literatura**

Monografia apresentada ao curso de Especialização Lato Sensu da Faculdade Sete Lagoas – FACSETE, como requisito parcial para conclusão do Curso de Harmonização Orofacial.

Área de concentração: Estética Orofacial
Orientador: Alexandre Morita Cutolo

São Paulo
2022



Fabiola da Motta Ferreira

**A IMPORTÂNCIA DO PLANO DE TRATAMENTO INDIVIDUALIZADO EM
HARMONIZAÇÃO FACIAL BASEADO EM CONCEITOS DE VISAGISMO E
MORFOPSIKOLOGIA E O AUMENTO DA AUTOESTIMA:
revisão de literatura**

Monografia apresentada ao curso de Especialização Lato Sensu da Faculdade Sete Lagoas – FACSETE, como requisito parcial para conclusão do Curso de Harmonização Orofacial.

Área de concentração: Estética Orofacial
Orientador: Alexandre Morita Cutolo

Aprovada em ___/___/___ pela banca constituída pelos seguintes professores:

São Paulo
2022

RESUMO

A procura por tratamentos na área de Harmonização Orofacial vem aumentando em larga escala, nas últimas décadas. Cada vez mais pacientes chegam procurando por profissionais para realizar procedimentos minimamente invasivos e melhorar sua auto apreciação. Nesse contexto, é de muita importância que o planejamento desse tratamento estético seja centrado no paciente e nas suas necessidades. Com o objetivo de auxiliar os profissionais neste caminho, esse trabalho no formato de revisão de literatura introduz e analisa conceitos como: Visagismo e Morfopsicologia, que podem ser de grande importância como ferramentas para conhecer de forma melhorada e mais detalhada o paciente e planejar os procedimentos orofaciais e também a importância da Autoestima gerada no paciente ao final do tratamento como mais um fator de sucesso deste tratamento.

As buscas foram realizadas por meio de bases eletrônicas bibliotecas eletrônicas científicas online Pubmed, B-on e Google Scholar para acessar os mais recentes trabalhos que abordam a Autoestima, o Visagismo e a Morfopsicologia e analisar como tratamentos estéticos podem modificar o comportamento humano e as emoções, tanto nos pacientes quanto em quem está ao seu redor.

Palavras-chave: Harmonização Orofacial, Autoestima, Padrão de Beleza, Morfopsicologia, Visagismo.

ABSTRACT

The search for treatments in the field related to Orofacial Harmonization treatments has grown exponentially, over the last decades. More and more patients come looking for professionals to perform minimally invasive procedures and improve their self-appreciation. In this context, it is very important that the planning of this aesthetic treatment be patient-centered and their specific needs. Aiming to help professionals on this path, searches were performed through electronic databases online scientific electronic libraries Pubmed, B-on, and Google Scholar databases to access the most recent papers that address self-esteem Visagism and Morphopsychology, and analyse how aesthetic procedures can affect human behavior and emotions, both in patients and in those around them.

Keywords: Orofacial Harmonization, Self- Esteem, Beauty pattern, Morphopsychology, Visagism.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

HOF – Harmonização Orofacial

ISAPS - Sociedade Internacional de Cirurgia Plástica Estética

SL – Sistema Límbico

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	8
2	PROPOSIÇÃO.....	10
3	REVISÃO DE LITERATURA	11
3.1	Plano de tratamento Individualizado na Harmonização Facial	11
3.2	Autoestima.....	12
3.3	Visagismo.....	13
3.3.1	Arquétipos e o processamento visual.....	13
3.4	Morfopsicologia.....	15
3.4.1	Inteligênciashumanas.....	17
3.4.2	Simetria.....	18
3.4.3	Lei Biológica da Dilatação e Retração.....	18
4	DISCUSSÃO.....	19
5	CONCLUSÃO.....	23
6	REFERÊNCIAS.....	24

1- INTRODUÇÃO

Muitos estudos já foram feitos com intuito de quantificar e definir beleza facial. Como defini-la? De que maneira ela participa da construção social? A conclusão que se chega é que são tantas variáveis que ainda está longe de se estabelecer sua constituição e como mensurá-la (Harrar, Myers & Ghanem, 2018; Braz & Eduardo, 2020). Diversos estudos apontam que a percepção positiva da aparência de alguém provoca estímulos positivos na mente de quem observa, que associa o indivíduo belo como mais simpático e mais bem sucedido – quer em contextos de mercado de trabalho quer nas relações interpessoais (Moreira, 2021; Sisti, Aryan & Sadeghi, 2021).

Nos anos atuais, o acesso a procedimentos estéticos hoje é facilitado e a sua aceitação social é maior (Cruz, Ueno & Manzano, 2015). Desde então tem-se assistido um crescimento contínuo pela busca por tratamentos estéticos entre a população. (Cerrati & Thomas, 2017). Dados apontam o crescimento da procura de tratamentos não invasivos. Segundo a Sociedade Internacional de Cirurgia Plástica Estética (ISAPS) no ano de 2019, em relação ao de 2015, houve um aumento de 20,6% nos tratamentos cirúrgicos estéticos e quando se quantificam tratamentos estéticos não cirúrgicos o aumento ainda é maior - 27,3%. (ISAPS, 2019).

Jain, Huang & Ferraz (2017) citam que os pacientes buscam tratamentos no âmbito da Harmonização Orofacial (HOF) por serem menos invasivos, por não exigirem centros cirúrgicos, pelo seu menor custo, menor tempo de recuperação, menores riscos e pelos bons resultados que atingem. A qualidade dos materiais e das técnicas de trabalho evoluem depressa, tornando os tratamentos ainda mais seguros (Haddad *et al.*, 2019).

A área da HOF está associada a beleza e saúde. O impacto positivo gerado após os procedimentos vai além da melhoria da aparência física e saúde tecidual, pois motiva o autocuidado do paciente (Dayan *et al.*, 2019). Na hora da formulação do plano de tratamento diferentes estratégias têm sido utilizadas para alcance dos objetivos, algumas seguem a linha do paralelo entre beleza e proporção áurea (Kaya *et al.*, 2019), outras utilizam como referência a simetria, medidas médias e/ou tendências culturais (Silva, 2015; Bashour, 2006).

Tendo em vista esses dados, este trabalho tem como objetivo de encontrar técnicas mais centradas no paciente para melhor planejar os tratamentos em HOF e atingir os resultados desejados, abordando conceitos de Autoestima, Visagismo e Morfopsicologia, referências realizam um paralelo entre a fisionomia individual, neste caso facial - contorno facial, sinais marcantes na face, do processo de envelhecimento, entre outros, e o caráter e temperamento de cada um – maneira como se relaciona com a vida e com os outros, por exemplo. Nunes (2018) afirmou que as características faciais podem ser diretamente relacionadas com a biologia natural de cada ser.

Estudos que demonstram que se sentir belo (Dayan *et al.*, 2019) e apreciar a beleza afetam no comportamento e escolhas dos indivíduos inicialmente por gerarem uma emoção positiva (Skov & Nadal, 2021). Rodrigues (2020) coloca que a emoção e o estímulo visual a beleza, ficaram por muito tempo em segundo plano para a neurociência, contudo, nas últimas décadas o estudo das emoções ganhou importância com a apresentação de uma teoria onde as emoções são interpretadas como um mecanismo de regulação biológica. Essa teoria as transformou em uma peça fundamental para a compreensão do comportamento e funcionamento do ser.

Essa revisão tem como objetivo analisar a importância dos conceitos do Visagismo e da Morfopsicologia, como também da Autoestima gerada com um tratamento de HOF, na hora da individualização do plano de tratamento. Destacando a importância da personalização das abordagens, sempre centradas em cada paciente e suas próprias necessidades e queixa.

2 PROPOSIÇÃO:

Baseado na revisão de literatura, o objetivo deste trabalho é estudar a importância da individualização do plano de tratamento na especialidade de Harmonização Orofacial nos resultados e de se avaliar conceitos mais aprofundados comportamentais de cada paciente.

.

3. REVISÃO DE LITERATURA

3.1 Plano de Tratamento de forma individualizada na Harmonização Orofacial

Os tratamentos centrados no paciente são mais satisfatórios e geram aumento da autoestima. Os autores afirmam que ela composta de três pilares: o amor-próprio, a autopercepção e a autoconfiança. (Dayan *et al.* 2019).

Pinheiro *et al.* (2020) ressaltam a importância da autoestima por ser um indicador de saúde mental que quando baixa pode acarretar sintomas depressivos, ansiedade, transtornos mentais, agressividade e comportamento antissocial.

Jain, Huang & Ferraz (2017) diz que em HOF e durante a avaliação clínica, examina-se a face do paciente, o tipo e a qualidade da pele, o envelhecimento tecidual, volume do tecido e é realizado um registro fotográfico, auxiliando, entre outras coisas, a visualização de assimetrias e o posterior diálogo com o paciente. Abreu & Capriles (2017) complementam que se deve também levar em conta o estilo de vida e a cultura do paciente.

Não considerar as diferenças pessoais durante um planejamento estético em HOF pode gerar perda de identidade do paciente, com isso diminuição da autoestima, e consequências como Transtorno Dismórfico Corporal, distúrbio em que o indivíduo rejeita seu corpo ou o vê de uma forma diferente do que realmente é (Anjos & Ferreira, 2021).

Rodrigues (2020) diz que a comunicação não verbal tem peso gigantesco na partilha de informação e o rosto é a região do corpo com maior recurso de expressão. A face transmite informação quanto ao sexo, idade, força, estilo de vida, e traz características de qualidades psicológicas, como personalidade, inteligência e confiabilidade (Skov & Nadal, 2021).

É muito importante conseguir estabelecer uma conversa transparente com os mesmos, entendendo as suas reais motivações e aspirações para o tratamento (Grunherz, Wang & Lindenblatt, 2020; Fischer, Phillipi & Macedo, 2010). Quanto maior e mais profundo forem os dados coletados, mais informações o profissional tem

disponíveis para a realização de um plano de tratamento personalizado e adequado ao caso (Haddad *et al.*, 2019).

3.2 Autoestima

A autoestima é considerada a forma como os indivíduos percebem, avaliam e se comportam e é determinada por seus valores, crenças e cultura. (Gouveia *et al.*, 2005). Elevada autoestima, além de promover a melhoria da saúde física e mental, os indivíduos passam a construir melhores relações na sociedade e no ambiente de trabalho, além de se sentirem mais satisfeitos e, portanto, mais determinados a alcançar seus sonhos e objetivos.

Autoestima é a autoavaliação que o indivíduo faz, do quanto ele se valoriza e se considera competente. Trata-se da forma como uma pessoa se sente em relação ao que ela é. (Para Hidalgo e Palacios, 2004). Neves (2012) percebeu que os procedimentos estéticos tem o poder de mudar a autoestima das pessoas, tanto homens ou mulheres, aumentando e causando uma sensação de bem estar.

A autoestima está relacionada autoconfiança, pois a pessoa com boa autoestima torna-se mais confiante diante das decisões a serem tomadas (Andrade, *et al.* 2009). Guilhardi (2002) cita que ela se desenvolve durante a vida, gerada a partir dos elogios, carinho, atenção e até mesmo de repreensão e críticas no âmbito familiar, escolar, social entre outros.

Para Borba *et al.* (2011), na atualidade o bem-estar físico e mental são fatores decisivos para obter melhora da autoestima, e esse bem-estar pode ser encontrado nos tratamentos estéticos. Por meio da estética, o profissional também busca entregar felicidade, saúde e qualidade de vida. A Estética Humanizada traz valorização ao paciente, procurando reforçar os cuidados e atenção (Aguiar, 2020).

Nogueira (2021) relata que entretanto é importante lembrar que os procedimentos estéticos colaboram e auxiliam, mas, não devem ser a única fonte de busca pela felicidade. Deve-se considerar outros valores, como o amor próprio, o equilíbrio emocional, sonhos e realizações que não são necessariamente sempre ligados à questão estética.

Tendo em vista a importância dos procedimentos estéticos para a estabilidade emocional e sociopsicológica dos pacientes submetidos a esses

procedimentos, estudos de desenvolvimento têm comprovado que sua eficácia para a autoestima pessoal é muito importante (Schultheisz, 2015).

3.3 Visagismo

Foi Philip Hallawell, que intensificou o estudo do Visagismo com base nos conceitos e fundamentos do universo das imagens, estudou o rosto humano levando em conta não somente a beleza ligada a área da matemática, harmonia e simetria, mas também a fisiognomonía, morfopsicologia e neurobiologia. Segundo ele, a verdadeira beleza é conseguida ao expor harmonicamente as qualidades internas de uma pessoa (Antunes, 2020; Hallawell, 2016; Araújo, Sebben & Ellery, 2010).

Segundo os conceitos do Visagismo, é feita uma divisão dos temperamentos humanos em: o Colérico, o Sanguíneo, o Melancólico e o Fleumático (Rambabu *et al.*, 2018; Abreu & Capriles, 2017). É de suma importância entender que para o conceito acima, todo indivíduo tem um pouco de cada temperamento em si. O ser não é formado por uma personalidade única nem constante e essas alterações internas podem causar mudanças externas, como no formato do rosto (Hallawell, 2018).

	PERSONALIDADE	CARACTERÍSTICAS MARCANTES	TRAÇOS FACIAIS	FORMATO DOS INCISIVOS CENTRAIS	CORES QUE TRANSMITEM SUAS CARACTERÍSTICAS
COLÉRICO	Forte	Determinado . Explosivo Intenso . Apaixonado	Traços fortes e retos Contorno quadrado	Retangular	Cores quentes Menor saturação
SANGUÍNEO	Dinâmico	Comunicativo . Dinâmico Extrovertido . Entusiasta	Rosto angular Contorno triangular	Triangular ou Trapezoidal	Cores quentes Maior saturação
MELANCÓLICO	Sensível	Organizado . Reservado Perfeccionista . Timido	Contorno oval	Oval	Cores frias Menor saturação
FLEUMÁTICO	Pacífico	Espiritualizado . Místico Pacífico . Discreto	Traços suaves Contorno triangular, quadrado ou oval	Quadrangular	Cores frias Maior saturação

O Visagista divide seu trabalho em 2 fases: Na primeira, com ajuda de questionários, apresentações de imagens e conversas direcionadas para a pessoa descobrir e definir o que ela quer expressar através de sua imagem, criando a sua identidade visual. Na segunda, o profissional deve saber transformar essa intenção numa imagem adequada à pessoa, baseando-se nos conceitos estéticos e harmônicos da face, sabendo quais emoções as linhas, as cores e as formas expressam, para poder traduzir uma intenção abstrata. (Hallawell, 2018).

Um dos conceitos base que o Visagismo utiliza para analisar as emoções geradas quando se olha para um rosto são os dos Arquétipos de Carl Jung (1950). (Abreu & Capriles 2017).

3.3.1 Arquétipos e o processamento visual

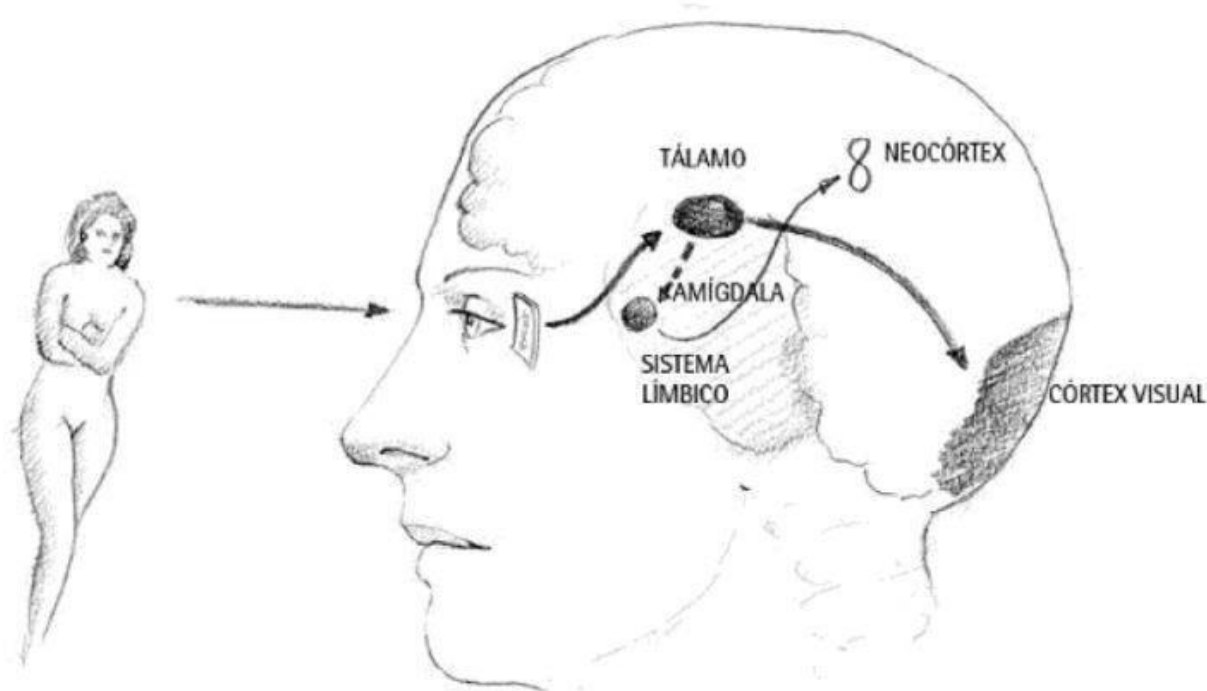
Garcia, Baños & Fernandez (2011) relatam que o psiquiatra e psicoterapeuta Carl Jung, dedicou seus últimos anos de carreira no desenvolvimento da teoria do inconsciente coletivo. Para Jung, os arquétipos são definidos como símbolos e figuras que estão no inconsciente coletivo, que ativam o circuito das emoções e geram reações comuns a todos os indivíduos independente da cultura ou meio onde vivem (Colman, 2018).

Considera que há no inconsciente humano um arcabouço de conteúdos psíquicos que é passado de geração em geração e que é uma herança genética que guarda conhecimentos e experiências muito remotas e comuns a todos.

É no Sistema Límbico (SL) que se localiza o circuito das emoções. Este faz parte do sistema nervoso central e forma uma ligação entre o centro de consciência no córtex cerebral e o tronco encefálico (Barbado, 2019). Ele é responsável pelo processamento das emoções, pelas afetividades, motivações, formação da memória, aprendizagem, conduta, instinto sexual e pela sobrevivência (Albornoz & Bazurto, 2016). Quanto a composição estrutural do SL ainda não há unanimidade, mas grande parte dos investigadores inclui a amígdala e o hipotálamo como duas de suas principais estruturas (Šimić *et al.*, 2020; Garcia-Muñoz *et al.*, 2019).

Quando se fala em processamento cerebral de imagens, até o fim do século XX pensava-se que os estímulos visuais iniciavam o seu trajeto no tálamo, e que as emoções só eram geradas após o fim do seu processamento pelo córtex visual. No

entanto, o neurocientista Joseph Le Doux estudando o SL e estímulos visuais, descobriu que existem imagens que geram respostas emocionais iniciais, antes de atingir o córtex visual. Os arquétipos são um exemplo (Abreu & Capriles, 2017).

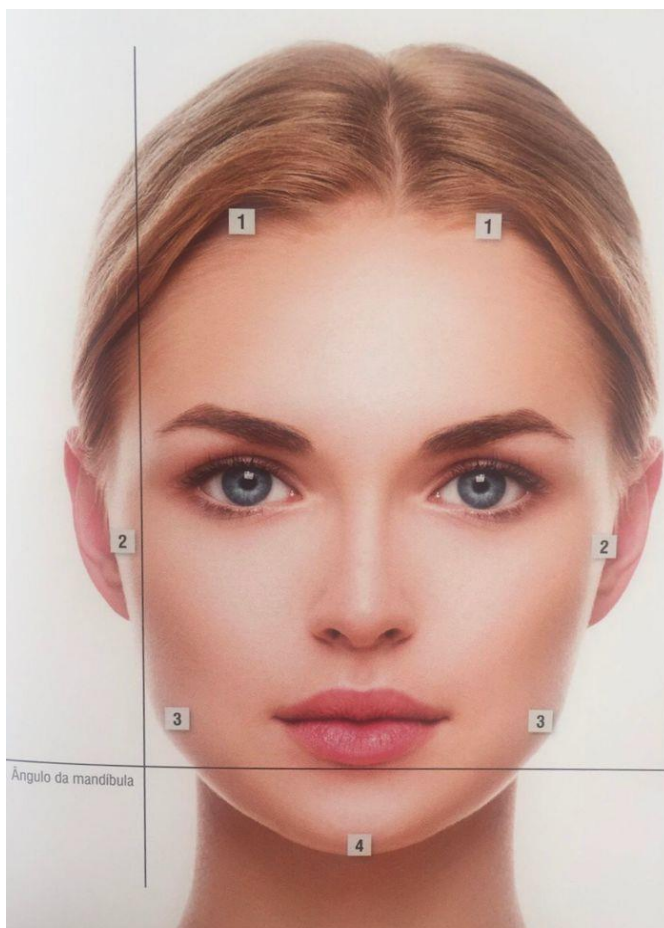


Barbado, 2019; Inácio (2010) relatam que após esta descoberta um novo caminho de interação entre visão, emoção e reação foi apresentado, dividindo a reação emocional e o processamento visual em três etapas. Ao visualizar uma imagem, os arquétipos contidos são identificados na fase inicial da reação, pela amígdala (Abreu & Capriles, 2017) e pelo hipocampo. Esta etapa ocorre muito rapidamente e nela já tem início uma resposta emocional inicial. A segunda fase ocorre quando a mensagem chega ao córtex visual, que examina a imagem como um todo e valida ou inibe a reação gerada pelo SL. Na terceira e última fase verifica-se a análise racional da situação. O córtex frontal analisa as reações que recebe das duas etapas anteriores e levando em conta as experiências pessoais passadas – utilizando marcadores somáticos - decide como reagir a situação (Barbado, 2019; Inácio, 2010). simultaneamente a este processo, o SL estimula também o sistema nervoso autónomo, despertando excitações fisiológicas (Simic *et al.*, 2021).

O Visagismo utiliza os arquétipos mais simples que são os formatos geométricos observados nos contornos, ângulos e linhas faciais e as cores primárias e secundárias, presentes na coloração dos olhos, cabelo e maquiagem usada (Abreu e Capriles, 2017).

Philip Hallawell (2018) descreve as emoções geradas pelos arquétipos geométricos. O quadrado, com suas linhas retas, remete a força, poder, conservadorismo, além de intelectualidade e materialismo e é geralmente associado ao masculino. Já o triângulo, que tem suas linhas inclinadas, gera uma sensação de maior dinamismo, passando uma ideia de instabilidade quando é invertido. Por sua vez o de base reta gera sensação de maior estabilidade.

Para identificar o formato do rosto de um indivíduo deve-se avaliar sua estrutura óssea, que vai do alto da maçã do rosto até a mandíbula e a altura e largura da testa (Hallawell, 2018). Tedesco (2018) fala que podemos facilitar essa visualização quando são identificados em cada hemisfério da face os seguintes locais: o ponto mais alto da testa, o mais proeminente do zigomático, o ângulo da mandíbula e o ponto extremo inferior da face, no mento.



3.4 Morfopsicologia

Morfopsicologia foi um termo proposto pela primeira vez por Louis Corman (1901- 1995). Trata-se de uma pseudociência que acredita numa relação muito estreita entre o corpo e a psique. Inclui estudos que têm em consideração e pretende integrar a biologia, fisiologia e psicologia do indivíduo. (Paolucci, 2009).

O rosto é a parte do nosso corpo mais exposta ao mundo exterior, sendo por isso, através dos sentidos, um importante local de conexão entre o interior do corpo e o meio ambiente e sem essa conexão o ser humano estaria fragilizado e exposto a risco de morte (Gabarre, 2007). Nele estão componentes fundamentais do organismo.

É uma área amparada pelos princípios de interdependência craniofacial. Investigadores recordam que quase todos os transtornos genéticos geram sequelas no rosto e procuram mais respostas sobre a comunicação entre o cérebro e o rosto (Camargos, Mendonça & Duarte, 2009).

As conexões nervosas entre a face e o cérebro são mais curtas e rápidas, sendo tratadas a nível encefálico, diferente dos restantes nervos do sistema nervoso periférico. (Le Doux, 1999). Isso se vê também na estreita relação entre as emoções e as expressões faciais. A amígdala visual leva menos de um milésimo de segundo para gerar uma emoção e a partir dela a movimentação dos músculos faciais tornando evidente a expressão desta emoção, somente numa segunda etapa ocorrem as demais reações fisiológicas (Barbado, 2019; Inácio, 2010).

Li, Liu & Luo (2021); Qian *et al.* (2020) recentemente demonstram que a aplicação de toxina botulínica tipo A nos músculos corrugadores - músculos importantes para expressar emoções negativas, como tristeza, medo ou raiva – é um tratamento eficaz contra distúrbios como depressão, reduzindo a estimulação da amígdala com o bloqueio da acetilcolina. Como consequência, observa-se uma melhoria no humor dos pacientes.

Estudando sobre o feedback entre expressão facial e experiência emocional, Lewis (2018) encontrou dados que suportam a relação entre a aplicação facial de toxina botulínica tipo A e alterações nas experiências emocionais e no humor. Demonstrou que a injeção no músculo orbicular do olho pode afetar negativamente o humor, por inativar um dos músculos responsáveis pelo sorriso verdadeiro, enquanto a aplicação nos músculos corrugadores afeta de uma maneira positiva o humor, por haver maior dificuldade na manutenção de emoções negativas.

Simic *et al.* (2021) relatam que as experiências emocionais negativas inibem as sensações agradáveis, enquanto as emoções positivas aumentam o grau de otimismo, autoconfiança e eficiência, além de gerar marcadores somáticos positivos.

Albornoz & Bazurto (2016) relatam que todo indivíduo saudável gera uma emoção e uma reação emocional advinda de uma situação vivida, isto é, estímulos emocionais recebidos durante o processo educacional e social geram estados somáticos específicos. Estas “ações e reações”, através do SL, são armazenadas na nossa memória e chamadas de “marcadores somáticos”. Os marcadores somáticos têm grande peso na tomada de decisões e na maneira como o indivíduo se apresenta na vida. A longo prazo contribuem para a formação da personalidade (Inácio, 2010).

3.4.1 Inteligências humanas

Na sua análise, a Morfopsicologia subdivide horizontalmente a face em três partes, correlacionando-as com os três tipos de inteligência humana: cerebral, emocional e instintiva (Hallaweell, 2018).

A inteligência cerebral poderá ser encontrada em pessoas cujo terço superior da face – crânio, testa até glabella - é superior aos demais dois terços. Estas pessoas parecem ser mais lógicas, com maior sensibilidade intelectual, mais imaginativas, apresentando maior rapidez de raciocínio (Corman, 2013).

Enquanto isso, a inteligência emocional tem sido associada a indivíduos que têm o terço médio – desde a sobrancelha até a base do nariz - como o de maior expressividade. Olhos, sobrancelhas e maçãs do rosto fazem parte desta porção. Este tipo de inteligência indica maior iniciativa/ação, habilidade no cuidado com o próximo.

Corman (2013) finaliza dizendo que, a inteligência instintiva estará relacionada com maior largura do terço inferior - arcos maxilares, boca e mento. Esta forma de inteligência está mais ligada a comunicação, determinação, impulsividade e força.

3.4.2 Simetria

Para essa área a análise de simetria está relacionada a como o indivíduo enxerga o mundo e age perante ele. O rosto tende a ser um pouco assimétrico, sendo sinal de diferenciação e assimilação das experiências já vividas, já quando há uma

assimetria muito evidente parece ser um sinal de grande dualidade interna.

3.4.3 Lei Biológica da Dilatação e Retração

O conceito de Dilatação e Retração é outra característica que é interpretada pela Morfopsicologia. Esta se refere a maneira como o indivíduo absorve as influências exteriores. Pessoas designadas como dilatadas teriam mais troca de energia com o mundo exterior do que as retraídas que se protegem mais destas influências (Crăciun, 2020).

4. DISCUSSÃO

Desde antes da Grécia Antiga há relatos de apreciação do belo, onde esta era acima de tudo um ideal filosófico (Skov & Nadal, 2020). A beleza era encontrada em simetria e harmonia, representadas pela proporção áurea (Weeks & Thomas, 2014). Quando entramos no início do período Renascentista, começa-se a observar um conceito mais romântico para beleza, que relaciona influências do padrão antigo com o endeuamento. Para eles a beleza estava ligada ao divino, havendo preferência por traços finos, leves e joviais (Oliveira, 2019). Cerrati & Thomas (2017) pontuam que ainda hoje esses ideais estéticos ainda influenciam as análises faciais, mas hoje a neurociência tenta definir a beleza em termos comportamentais, psicológicos ou neurobiológicos mais claros (Skov & Nadal, 2020).

Evidências suportadas em neuroimagens apontam que a interpretação da beleza vem associada a apreciação de prazer. Não há indícios da existência de um marcador biológico específico que indique a apreciação de beleza, todos os estudos se baseiam em indivíduos que relatam estar diante de algo belo, iniciando então o mapeamento neural e a avaliação dos processos cerebrais. (Skov & Nadal, 2020). Quando se julga algo bonito o SL é estimulado, isso gera recompensas neurológicas como por exemplo a liberação de neurotransmissores como a dopamina, que gera sensação de prazer. É válido ressaltar que a liberação destes neurotransmissores também ocorre quando alguém, ao olhar para o espelho, por exemplo, visualiza beleza (Sisti, Aryan & Sadeghi, 2021).

Golle, Mast & Lobmaier (2014) investigando a inter-relação entre atratividade e felicidade observaram que a atratividade é fortemente influenciada pela intensidade da expressão do sorriso no rosto de quem se observa, isto é, pessoas mais alegres se tornam relativamente mais atraentes. Outra confirmação que se obteve a partir desse trabalho é que quando um observador considera um indivíduo como atraente, potencializa a sua avaliação sobre a felicidade do observado, este alguém sendo tido como mais feliz.

Segundo Komori, Kawamura & Ishihara (2009) a atratividade está relacionada mais como dimorfismo sexual, significando que os traços fortes, retos, aumentam a atratividade dos homens e os mais finos, arredondados, a das mulheres. A mulher moderna deseja ser independente, dinâmica e forte, características tradicionalmente

masculinas (Hallawell, 2018). Complementa afirmando que hoje elas têm maior preferência por rostos mais angulados e mentos proeminentes.

Bueller (2018) reafirma a importância da diferenciação pessoal, mas vê como imprescindível que a simetria e a proporção sejam mantidas. Isso é comprovado por um estudo feito em gêmeos homozigóticos em que o irmão com a face mais simétrica foi considerado mais belo (Little, Jones & Debruine, 2011).

A beleza da face não reside nas características faciais apenas, mas depende também das experiências individuais, destacando os sinais de personalidade na atratividade. (Little, Jones & Debruine, 2011)

A proporcionalidade, proporção áurea, juventude, dimorfismo sexual e simetria - princípios clássicos da beleza-, ainda são aplicados como diretrizes para análise e planejamento de tratamentos de beleza, mas que atualmente o profissional não deve subestimar a importância da individualização de cada paciente. (Cerrati & Thomas, 2017).

A autoestima reproduz a identidade de cada indivíduo, se caracteriza através dos estágios psicológicos e emocionais. Refere-se ao como nos vemos, e percepção dos sentimentos e crenças. Se demonstra através do comportamento, os cuidados com a saúde e aparência, a maneira como as pessoas se autovalorizam (DINI, 2004).

Algo em que todos os teóricos concordam é o fato de que a autoestima é uma experiência íntima, reside em cada ser, por isso, há uma grande dificuldade em afetar positivamente a autoestima das pessoas. A autoestima é uma consequência, um efeito de certas práticas e que deve ser adquirida por todos os indivíduos no sentido de obterem sempre uma melhor qualidade de vida. (FERREIRA, 2016).

A estética tem como objetivo encontrar e mostrar a melhor versão de cada pessoa, cobrindo os níveis físico e psicológico. Embora existam muitos tratamentos da medicina estética, entre os mais solicitados pelas mulheres estão os que têm a ver com o rosto (PEREIRA, 2018).

O rosto é o espelho da alma, é a primeira coisa que os outros percebem de nós. Aspectos tão importantes quanto rugas de expressão e olhar são cuidadosamente tratados. Um visual bonito e expressivo diz muito sobre uma pessoa,

traz uma luminosidade que nenhuma outra parte do corpo pode alcançar (BORGES et.al. 2016).

Um experimento, em que mulheres haviam realizado procedimentos estéticos de rejuvenescimento facial, evidenciou que os tratamentos promoveram bem-estar, impactando na autoestima e qualidade de vida das participantes (RIBEIRO, et.al, 2020).

SANTOS et al. (2019) em seu estudo, utilizou escala de autoestima relacionados a aspectos psicossociais no pré e pós-operatório, evidenciou que os indivíduos submetidos a procedimentos estéticos posterior a cirurgias melhoravam a autoestima.

As especialidades: do Visagismo e a Morfopsicologia, trazendo a correlação entre a biologia do ser e seu exterior, estão cada vez mais presentes em áreas no dia a dia do mundo contemporâneo, como uma ferramenta de autoconhecimento (Gabarre, 2017) ou mecanismo de autopromoção, auxiliando no desenvolvimento de marcas pessoais (Almeida, 2021).

Assim como o Visagismo já auxilia os profissionais da cosmética a valorizar a personalidade de seus pacientes, existe a utilização do mesmo no planejamento estético odontológico (Sacramento, 2020). Leite (2017) diz que sobre o aspecto estético odontológico, o Visagismo busca personalizar o sorriso com harmonia, inter-relacionando-o com características físicas e emocionais do paciente, proporcionando um resultado não só estético, como natural, no qual o mesmo se identifique. Toda pessoa é única e possui suas próprias características, não somente físicas, mas também de sua personalidade. O planejamento com base no íntimo do indivíduo proporciona o bem-estare potencializa a autoestima (Kamizato, 2014).

Porfírio & Emiliano (2013) defendem que o profissional de estética não irá avaliar psicologicamente seu paciente, pois não faz parte da sua área de atuação, porém que é fundamental que saiba sobre o contexto dos temperamentos humanos e dos arquétipos, e que tenha ferramentas auxiliares adequadas para ser capaz de criar e moldar a linguagem visual de uma pessoa. Para isso pode-se destacar a ficha de anamnese feita por Araújo, Sebben & Ellery (2010) que traz um questionário que direciona e ajuda no sucesso do planejamento do trabalho.

Ficha de Anamnese - Fisiognomonía e Visagismo na Estética facial	
Nome: _____ Idade: _____ Sexo: () F () M Profissão: _____ Data Avaliação: ___/___/____	
Formato geométrico predominante do rosto: <input type="checkbox"/> Oval <input type="checkbox"/> Redondo <input type="checkbox"/> Quadrado e retangular <input type="checkbox"/> Triangular invertido <input type="checkbox"/> Triangular <input type="checkbox"/> Hexagonal (lateral reta) <input type="checkbox"/> Hexagonal (base reta) <input type="checkbox"/> Losango <input type="checkbox"/> Rosto misto de ângulos. Obs.: _____	
Teoria das proporções do rosto: <input type="checkbox"/> Região superior (mental) <input type="checkbox"/> Região mediana (afetiva) <input type="checkbox"/> Região inferior (instintiva) Obs.: _____	
Estrutura da Face: - Nariz: <input type="checkbox"/> Aquilino <input type="checkbox"/> Arredondado <input type="checkbox"/> Comprido <input type="checkbox"/> Curto Principal característica: _____ - Olhos: <input type="checkbox"/> Redondos <input type="checkbox"/> Orientais <input type="checkbox"/> Pequenos <input type="checkbox"/> Fundos <input type="checkbox"/> Afastados <input type="checkbox"/> Juntos Principal característica: _____ - Boca / Lábios: <input type="checkbox"/> Grande <input type="checkbox"/> Lábios grossos <input type="checkbox"/> Pequena <input type="checkbox"/> Lábios finos <input type="checkbox"/> Mediana <input type="checkbox"/> Assimetria lábio superior <input type="checkbox"/> Assimetria lábio inferior Principal característica: _____ - Queixo: <input type="checkbox"/> Pontudo oval <input type="checkbox"/> Pontudo angular <input type="checkbox"/> Duplo queixo <input type="checkbox"/> Ausência de projeção do queixo	
Classificação do biotipo cutâneo: - Tipo de pele: <input type="checkbox"/> Normal <input type="checkbox"/> Seca <input type="checkbox"/> Oleosa <input type="checkbox"/> Mista - Disfunções da pele: <input type="checkbox"/> Acne <input type="checkbox"/> Rugas <input type="checkbox"/> Flacidez <input type="checkbox"/> Edema <input type="checkbox"/> Aspereza <input type="checkbox"/> Outros Obs.: _____	
Teoria das cores: - Cor do pigmento predominante que dá a cor da pele, olhos e cabelo: <input type="checkbox"/> Amarelo <input type="checkbox"/> Vermelho <input type="checkbox"/> Azul - Cor dos olhos: <input type="checkbox"/> Castanho <input type="checkbox"/> Verde <input type="checkbox"/> Azul <input type="checkbox"/> Negro <input type="checkbox"/> Mel - Cor do cabelo: <input type="checkbox"/> Castanho quente <input type="checkbox"/> Castanho frio <input type="checkbox"/> Loiro quente <input type="checkbox"/> Loiro frio <input type="checkbox"/> Ruivo - Cor da pele: <input type="checkbox"/> Branca <input type="checkbox"/> Morena <input type="checkbox"/> Negra - Temperatura da pele: <input type="checkbox"/> Fria <input type="checkbox"/> Quente - Ossos da face mais ressaltados: _____ - Principal característica: _____	
Temperamentos: <input type="checkbox"/> Sanguíneo <input type="checkbox"/> Bilioso/ Colérico <input type="checkbox"/> Nervoso/Melancólico <input type="checkbox"/> Linfático /Fleumático Obs.: _____	
Possui doença: <input type="checkbox"/> Cardíaca <input type="checkbox"/> Renal <input type="checkbox"/> Neurológica <input type="checkbox"/> Diabetes <input type="checkbox"/> Nenhuma <input type="checkbox"/> Outra Obs.: _____	
Informações relevantes para o profissional: _____ _____ _____	

Abreu & Capriles (2017) obtiveram um resultado favorável à hipótese que investigaram: uma relação entre o temperamento e a estrutura dento facial. Os autores recomendam a implementação de testes psicológicos auxiliares para definição do temperamento em áreas de reabilitação estética como guia para ajudar na tomada de decisões.

Uma pesquisa na população indiana, realizada por Bhat *et al.* (2019) utilizando o Visagismo, constatou que os indivíduos não são necessariamente de um tipo único de personalidade, a maior parte da população testada tinha características de três tipos de temperamento, o que dificultou a análise.

Na odontologia estética já existem *softwares*, como o *VisageSmile*, que integra automaticamente o conceito do Visagismo de forma a encontrar o desenho de sorriso mais adequado para os dentes anterossuperiores do paciente, no momento do planejamento digital do sorriso. Ele utiliza a análise de fotos, de um vídeo rápido da face do paciente e de questionários que ajudam a identificar a sua personalidade e preferências. Os resultados têm mostrado grande satisfação dos pacientes (Bhat *et al.*, 2019; Leite, 2017; Yankov *et al.*, 2016).

FORTALEZAS

a) Animado	b) Aventurero	c) Analítico	d) Adaptable
a) Juguetón	b) Persuasivo	c) Persistente	d) Plácido
a) Sociable	b) Decidido	c) Abnegado	d) Sumiso
a) Convincente	b) Competitivo	c) Considerado	d) Controlado
a) Entusiasta	b) Inventivo	c) Respetuoso	d) Reservado
a) Enérgico	b) Autosuficiente	c) Sensible	d) Contento
a) Activista	b) Positivo	c) Planificador	d) Paciente
a) Espontáneo	b) Seguro	c) Puntual	d) Tímido
a) Optimista	b) Abierto	c) Ordenado	d) Atento
a) Humorístico	b) Dominante	c) Fiel	d) Amigable
a) Encantador	b) Osado	c) Detallista	d) Diplomático
a) Alegre	b) Confiado	c) Culto	d) Constante
a) Inspirador	b) Independiente	c) Idealista	d) Inofensivo
a) Cálido	b) Decisivo	c) Introspectivo	d) Humor seco
a) Cordial	b) Instigador	c) Músico	d) Conciliador
a) Conversador	b) Tenaz	c) Considerado	d) Tolerante
a) Vivaz	b) Líder	c) Leal	d) Escucha
a) Listo	b) Jefe	c) Organizado	d) Contento
a) Popular	b) Productivo	c) Perfeccionista	d) Permisivo
a) Jovial	b) Atrevido	c) Se comporta bien	d) Equilibrado

DEBILIDADES

a) Estridente	b) Mandón	c) Desanimado	d) Soso
a) Indisciplinado	b) Antipático	c) Sin entusiasmo	d) Implacable
a) Repetidor	b) Resistente	c) Resentido	d) Reticente
a) Olvidadizo	b) Franco	c) Exigente	d) Temeroso
a) Interrumpe	b) Impaciente	c) Inseguro	d) Indeciso
a) Imprevisible	b) Frío	c) No comprometido	d) Impopular
a) Descuidado	b) Terco	c) Difícil contentar	d) Vacilante
a) Tolerante	b) Orgullosa	c) Pesimista	d) Insípido
a) Iracundo	b) Argumentador	c) Sin motivación	d) Taciturno
a) Ingenuo	b) Nervioso	c) Negativo	d) Desprendido
a) Egocéntrico	b) Adicto al trabajo	c) Distráido	d) Ansioso
a) Hablador	b) Indiscreto	c) Susceptible	d) Tímido
a) Desorganizado	b) Dominante	c) Deprimido	d) Dudoso
a) Inconsistente	b) Intolerante	c) Introvertido	d) Indiferente
a) Desordenado	b) Manipulador	c) Moroso	d) Quejumbroso
a) Ostentoso	b) Testarudo	c) Escéptico	d) Lento
a) Emocional	b) Prepotente	c) Solitario	d) Perezoso
a) Atolondrado	b) Malgeniado	c) Suspica	d) Sin ambición
a) Inquieto	b) Precipitado	c) Vengativo	d) Poca voluntad
a) Variable	b) Astuto	c) Comprometedor	d) Crítico

A continuación anote las veces que escribió cada letra, la letra mas repetida es su temperamento principal.

- A: _____
 B: _____
 C: _____
 D: _____

La columna de las [a] = Sanguineo
 La columna de las [b] = Colérico
 La columna de las [c] = Melancólico
 La columna de las [d] = Flemático

Porém quando o assunto é estética facial, esses conceitos são muito recentes, carecem de mais artigos científicos e discussão. Antunes (2020) no seu trabalho, investiga a criação de um *software* que procura, com conceitos da Fisiognomia e do Visagismo, trazer características do interior do indivíduo para o exterior. Os serviços disponíveis seriam a análise de personalidade e emocional – é proposto o uso da anamnese de Araújo, Sebben & Ellery (2010) – e por fim análise do rosto com as ferramentas de proporções, razão áurea e fotoenvelhecimento.

5 CONCLUSÃO

Diante do exposto conclui-se que:

A confecção de um planejamento minucioso, focando na individualidade de cada paciente, em HOF é de muita importância, podendo gerar grande melhora na autoestima e na qualidade de vida do paciente.

Uma grande quantidade de estudos relata que pacientes confirmam o aumento da sua autoestima após o sucesso de um tratamento minimamente invasivo. Sendo ela um fato de grande importância para seu desenvolvimento positivo em diversas outras

Nos últimos anos o Visagismo, como ferramenta de planejamento estético orofacial, vem ganhando mais espaço. Mas é uma área que ainda carece de mais estudos, visando desenvolver métodos mais assertivos através dele para se obter o planejamento adequado a cada caso e a melhor compreensão dos efeitos gerados ao apreciar as mudanças feitas em si e ao próximo.

No que diz respeito a morfopsicologia, é uma área muito próxima a neurociência e isso a coloca como uma ferramenta de autoconhecimento e auxílio para entendimento do cérebro humano, não primordialmente um meio para o planejamento estético. É um tema com muito potencial, mas ainda muito pouco explorado. Podem ser realizados muito mais trabalhos em cima do tema, no intuito de demonstrar a íntima relação da face humana com o cérebro e como modificações na forma de pensar e agir geram mudanças faciais e vice-versa.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Abreu, M. & Capriles, M. (2017). Relación de los temperamentos psicológicos y estructuras dento-faciales en los estudiantes de 20-29 años de edad de la clínica odontológica Dr. René Puig Bentz de la Universidad Nacional Pedro Henríquez Ureña. República Dominicana.

Albornoz, F. & Bazurto, L. F. (2016). Las Emociones del Espectador em uma Experiencia Fotográfica, Pictórica y Cinematográfica. *Praxis & Saber*, 7(14), pp. 165-192. doi.org/10.19053/22160159.5222

Aguiar, V. (2020). Euro Anglo | A importância da estética e sua humanização para o bem estar. Euro Anglo | Educar e Profissionalizar. <https://euroanglocursos.com.br/blog/a-importancia-da-estetica-e-sua-humanizacao-para-o-bem-estar>

Almeida, R. (2021) Visagismo como Ferramenta de Branding Pessoal: Desconstruindo Padrões de Beleza Femininos na Sociedade Contemporânea. *Convergências- Revista de Investigação e Ensino das Artes*, 14 (27).

Anjos, L. & Ferreira, Z. A. (2021). Saúde Estética: Impactos Emocionais e causados pelo padrão de beleza imposto pela sociedade. *Id on Line Rev. Mult. Psic.*, 15 (55), pp. 595-604. doi.org/10.14295/online.v15i55.3093

Antunes, F. (2020). Visagismo no ambiente virtual uma análise do design digital de aplicativos de beleza e estética. São Paulo.

Araújo, A., Sebben, M. & Ellery, F. (2010). Fisiognomonía: um estudo para melhor compreensão do Visagismo na estética facial. Balneário Camboriú.

Arcadier, J. (2021). Individualização do plano de tratamento em harmonização orofacial: a importância da morfopsicologia e Visagismo – revisão narrativa. <http://hdl.handle.net/10284/10838>

Barbado, A. S. (2019). A Dimensão Cromática nos Logotipos. Tese de Mestrado em Marketing. Instituto Politécnico de Viana do Castelo, Portugal. hdl.handle.net/20.500.11960/2289

- Bashour M. (2006). History and current concepts in the analysis of facial attractiveness. *Plastic and Reconstructive Surgery*, 118(3), pp. 741–756. doi.org/10.1097/01.prs.0000233051.61512.65.
- Bhat, N., Mantri, S. S., Iliev, G. V., Qahtani, F. A., Godbole, S., Mantri, S. P., & Bal, A. S. (2019). First impression of teeth design on others: A facial and personality analysis in the Central Indian population. *Nigerian Journal of Clinical Practice*, 22(11), pp. 1503–1508. doi: [10.4103/njcp.njcp_135_19](https://doi.org/10.4103/njcp.njcp_135_19)
- Blake, K. R., Brooks, R., Arthur, L. C., & Denson, T. F. (2020). In the context of romantic attraction, beautification can increase assertiveness in women. *PloS One*, 15(3), pp e0229162. doi.org/10.1371/journal.pone.0229162. doi.org/10.1371/journal.pone.0229162
- Braz, A., & Eduardo, C. (2020). The Facial Shapes in Planning the Treatment with Injectable Fillers. *Indian Journal of Plastic Surgery*, 53(2), pp. 230–243. doi.org/10.1055/s-0040-1715554
- Brielmann, A. A. & Pelli, D. G. (2019). Intense Beauty Requires Intense Pleasure. *Frontiers in Psychology*, 10, pp. 2420. doi.org/10.3389/fpsyg.2019.02420
- Bueller, H. (2018). Ideal Facial Relationships and Goals. *Facial Plastic Surgery*, 34(5), pp. 458-465. doi: 10.1055/s-0038-1669401
- Camargos, C., Mendonça, C. & Duarte, S. (2009). Da imagem Visual do Rosto Humano: Simetria, textura e padrão. *Rev. Saude Soc.*, 18, pp. 395-410. doi.org/10.1590/S0104-12902009000300005
- Cerrati E. & Thomas J. (2017). The multicultural evolution of beauty in facial surgery. *Braz Journal Otorhinolaryngo*, 83, pp. 373-374. DOI: 10.1016 / j.bjorl.2017.04.005
- Chelnokova, O., Laeng, B., Eikemo, M., Riegels, J., Løseth, G., Maurud, H., Willoch, F., & Leknes, S. (2014). Rewards of beauty: the opioid system mediates social motivation in humans. *Molecular Psychiatry*, 19(7), pp 746–747. https://doi.org/10.1038/mp.2014.1

Colman, W. (2018). Are Archetypes Essential?. *The Journal of Analytical Psychology*, 63(3), pp. 336-346. doi.org/10.1111/1468-5922.12414

Corman, L. (2013). *Rostros y caracteres*. Barcelona, Guide Publications

Craciun, R. (2020). Face-Reading and Body Language – Gateways to the Inner World. *International Journal of Liberal Arts and Social Science*, 8(7), pp. 1-16.

Cruz, J. C. R., Ueno, N. F. & Manzano, B. M. (2015). O estudo científico como base na área da estética: uma contrapartida ao senso comum. *Revista Científica da FHO, UNIARARAS* 3(2), pp 85-93.

Dayan, S. Rivkin, A., Sykes, J. M., Teller, C. F., Weinkle, S. H., Shumate, G. T., & Gallagher, C. J. (2019). Aesthetic Treatment Positively Impacts Social Perception: Analysis of Subjects from the Harmony Study. *Aesthetic Surgery Journal*, 39(12), pp. 1380–1389. doi.org/10.1093/asj/sjy239.

Fischer, A. F., Phillipi, K. & Macedo C. (2010). A importância do Visagismo na construção da imagem pessoal. Balneário Camboriú, Brasil.

Gabarre, J. (2007). *El rostro y la personalidad*. Espanha, Ediciones Flumen.

Gabarre, J. (2017). Morfopsicología: rasgos faciales y personalidad – base científica. [Em linha]. Disponível em: <https://www.morfopsicologia.es/morfopsicologia-rasgos-faciales-personalidad/> [consultado em abril de 2021].

Gao, Y., Niddam, J., Noel, W., Hersant, B., & Meningaud, J. P. (2018). Comparison of aesthetic facial criteria between Caucasian and East Asian female populations: An esthetic surgeon's perspective. *Asian Journal of Surgery*, 41(1), pp. 4–11. doi: 10.1016/j.asjsur.2016.07.007.

Garcia, F., Baños, M. & Fernandez, P. (2011). Estructuras y Contenidos Arquetípicos em la Comunicación Publicitaria. *Comunicar*, 18 (37), pp. 187-194. [dx.doi.org/10.3916/C37-2011-03-11](https://doi.org/10.3916/C37-2011-03-11)

García-Muñoz, L., Picazo-Picazo, O., Carrillo-Ruiz, J. D., Favila-Bojórquez, J., Corona-García, F., Meza-Bautista, M. Á., & Jiménez-Ponce, F. (2019). Efecto de la Amigdalotomía y Hipotalamotomía unilateral em pacientes com agressividade

refractaria. *Gaceta medica de Mexico*, 155(1), S62–S69. doi: 10.24875/GMM.19005128

Golle, J., Mast, F. W., & Lobmaier, J. S. (2014). Something to smile about: the interrelationship between attractiveness and emotional expression. *Cognition & emotion*, 28(2), 298–310. doi.org/10.1080/02699931.2013.817383

Grünherz, L., Wang, A., & Lindenblatt, N. (2020). Body Dysmorphic Disorder - Balance between Beauty Mania and Illness. *Praxis*, 109(7), pp. 499–503. doi: [10.1024/1661-8157/a003463](https://doi.org/10.1024/1661-8157/a003463)

Guilhardi, H.J. (2002). Instituto De Terapia Por Contingências De Reforçamento.ITCR- Campinas – Instituto De Terapia Por Contingências De Reforçamento– Instituto De Terapia por Contingências de Reforçamento

Haddad, A., Meski, A., Cazerta, C., Guarnieri, C., Palermo, E., Sarubi, J., Lourenço, L., Avelar, L. E., Morais, M. H., Gabay, M. A., Parada, M. B., Ferraz, R., Maia, R., & Shitara, D. (2019). Managing the Aesthetic Patient. *Journal of Drugs in Dermatology*, 18(1), pp. 92–102.

Hallawell, P. (2016). *Visagismo integrado: identidade, estilo e beleza*. 2 ed., São Paulo, Senac São Paulo. Hallawell, P. (2018). *Visagismo: Harmonia e Estética*. 6 ed., São Paulo, Senac São Paulo.

Harrar, H., Myers, S. & Ghanem, A. M. (2018). Art or Science? An Evidence-Based Approach to Human Facial Beauty a Quantitative Analysis Towards an Informed Clinical Aesthetic Practice. *Aesthetic plastic surgery*, 42(1), pp. 137–146. doi: 10.1007/s00266-017-1032-7

Inácio, V. da C. G. (2010). Cor e Emoção: relação entre cores do vestuário e as emoções atribuída as cores. Universidade da Beira Interior, Covilhã. <http://hdl.handle.net/10400.6/1681>

ISASP - International Society of Aesthetics Plastic Surgery. ISAPS global survey results. [Em linha]. Disponível em: < <https://www.isaps.org/wp-content/uploads/2020/10/ISAPS-Global-Survey-Results-2018-1.pdf> > [consultado em março 2021].

Jain, R., Huang, P. & Ferraz, R. (2017). A new tool to improve delivery of patient-engaged care and satisfaction in facial treatments: the Aesthetic Global Ranking Scale. *Journal of Cosmetics Dermatology*, 16, pp. 132-143. doi.org/10.1111/jocd.12297

Kamizato, K. (2014). *Imagem pessoal e visagismo*. Editora Erica, São Paulo.

Kaya, K. S. et al. (2019). Assessment of facial analysis measurements by golden proportion. *Brazilian Journal of Otorhinolaryngology*, 85(4), pp. 494–501. doi.org/10.1016/j.bjorl.2018.07.009.

Komori, M., Kawamura, S. & Ishihara, S. (2009). Effects of averageness and sexual dimorphism on the judgment of facial attractiveness. *Vision Research*, 49(8), pp. 862- 869. doi: [10.1016/j.visres.2009.03.005](https://doi.org/10.1016/j.visres.2009.03.005)

Le Doux, J. (1999) In: *El cerebro emocional*, Ariel-Planeta, Barcelona.

Leder, H., Mitrovic, A., & Goller, J. (2016). How Beauty Determines Gaze! Facial Attractiveness and GazeDuration in Images of Real World Scenes. *i-Perception*, 7(4).doi.org/10.1177%2F2041669516664355

Leite, C. (2017). *A Arte do Visagismo na Dentisteria*, Instituto Universitário de Ciências da Saúde - CESPU, Porto. hdl.handle.net/20.500.11816/2861

Lewis, M. B. (2018). The interactions between botulinum-toxin-based facial treatments and embodied emotions. *Scientific Reports*, 8(1), 14720. doi:10.1038/s41598-018-33119-1

Li, Y., Liu, T., & Luo, W. (2021). Botulinum Neurotoxin Therapy for Depression: Therapeutic Mechanisms and Future Perspective. *Frontiers in Psychiatry*, 12, 584416. doi: 10.3389/fpsy.2021.584416

Little, A. C., Jones, B. C., & DeBruine, L. M. (2011). Facial attractiveness: evolutionary based research. *Philosophical Transactions of the Royal Society of London. Series B, Biological Sciences*, 366(1571), pp. 1638–1659. doi.org/10.1098/rstb.2010.0404

- Maisel, A. *et al.* (2018). Self-reported Patient Motivations for Seeking Cosmetic Procedures. *JAMA Dermatology*, 154(10), pp. 1167–1174. doi.org/10.1001/jamadermatol.2018.2357.
- Mitrovic, A., Goller, J., Tinio, P., & Leder, H. (2018). How relationship status and sociosexual orientation influence the link between facial attractiveness and visual attention. *PloS One*, 13(11), pp. 2074-77. doi: 10.1371/journal.pone.0207477
- Moreira, F. M. (2021). Fluxo de trabalho digital em reabilitação oral: uma revisão narrativa da literatura. Graduação em Odontologia - Faculdade de Farmácia, Odontologia e Enfermagem, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, Brasil. www.repositorio.ufc.br/handle/riufc/59251
- Neves, M. (2015). *Nutrição Estética e Nutricosméticos: Uma Abordagem Prática*. AS Sistemas
- Nogueira, O. (2021). *Bella Center Cosméticos - A influência da estética na autoestima e bem-estar do ser humano*. Bella Center Cosméticos. <https://www.bellacentercosmeticos.com.br/news-post.php?post=5>
- Nunes, L. (2015). *Visagismo: Imagem humana como meio de comunicação*, Joinville, Santa Catarina.
- Nunes, L. (2018). *Transfigurações da imagem humana por personas: em ambiente cultural terrestre e ambiente de inteligências artificial*. Tese de Doutorado, Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo. doi:10.11606/T.27.2018.tde-17072018-155750.
- Oliveira, I. (2019). A influência da estética Renascentista na objetificação da mulher na publicidade. *Rev. Comfilotec*, Vol. 10.
- Paolucci, B. (2009). *Visagismo e Odontologia* In: Hallawell P. *Visagismo Integrado: Identidade, Estilo, Beleza*. 6 ed. Senac São Paulo, São Paulo.
- Pinheiro, T., Piovezan, N., Batista, H. e Muner, L. (2020). A relação dos procedimentos estéticos com satisfação da autoimagem corporal e autoestima de mulheres. *Revista Cathedral*, 2(1), pp. 11.

Portifirio, K. e Emiliano, S. (2013). Os temperamentos humanos na área estética. Universidade do Tuiuti do Paraná, Curitiba.

Qian, H., Shao, F., Lenahan, C., Shao, A., & Li, Y. (2020). Efficacy and Safety of Botulinum Toxin vs. Placebo in Depression: A Systematic Review and Meta-Analysis of Randomized Controlled Trials. *Frontiers in Psychiatry*, 11, 603087. doi.org/10.3389/fpsy.2020.603087

Rambabu, T., Gayatri, C., Sajjan, G. S., Karteek Varma, P. V., & Srikanth, V. (2018). Correlation between Dentofacial Esthetics and Mental Temperament: A Clinical Photographic Analysis Using Visagism. *Contemporary Clinical Dentistry*, 9(1), pp. 83–87. doi: 10.4103/ccd.ccd_788_17

Rodrigues, M. C. (2020). Simbiose entre Desing e Emoção: será acor o espelho da alma?. Repositório Digital da Universidade da Beira Interior, Corvilhã. <http://hdl.handle.net/10400.6/10826>

Sacramento, C. (2020). O uso do visagismo nos planejamentos estéticos odontológicos: revisão de literatura. Faculdade Maria Milza, Bahia, Brasil.

SALOMÃO, A. C. de . M. .; SILVA, L. L. de O. .; SANTOS, J. R. . Benefits of aesthetic procedures improving self-esteem. *Research, Society and Development*, [S. l.], v. 10, n. 16, p. e590101624308, 2021. DOI: 10.33448/rsd-v10i16.24308. Disponível em: <https://rsdjournal.org/index.php/rsd/article/view/24308>. Acesso em: 16 jun. 2022.

Schultheisz, T. (2015). Autoestima, conceitos correlatos e avaliação | Semantic Scholar. Semantic Scholar | AI-Powered Research Tool. <https://www.semanticscholar.org/paper/Autoestima,-conceitos-correlatos-e-avaliação-Schultheisz-Aprile/ec5e1614fe0626b23162222a018339967d6fd3b7>

Sharma, A., Luthra, R., & Kaur, P. (2015). A photographic study on Visagism. *Indian J Oral Sci.* 6(3), pp. 122–7. doi: 10.4103/0976-6944.171078

Silva, J. (2015). Atratividade da face: influência do tratamento ortodôntico no sorriso. Tese de doutoramento, Medicina Dentária (Ortodontia), Universidade de

Lisboa, Faculdade de Medicina Dentária, Lisboa, Portugal.
hdl.handle.net/10451/20311

Šimić, G. *et al.*, (2021). Understanding Emotions: Origins and Roles of the Amygdala. *Biomolecules*, 11(6), p.823. doi: 10.3390/biom11060823

Sisti, A., Aryan, N., & Sadeghi, P. (2021). What is Beauty?. *Aesthetic Plastic Surgery*, 10.1007/s00266-021-02288-2. *Advance online publication*. doi.org/10.1007/s00266-021-02288-2

Skov, M. e Nadal, M. (2021). The nature of beauty: behavior, cognition, and neurobiology. *Annals of the New York Academy of Sciences*, 1488, pp. 44-55. doi.org/10.1111/nyas.14524

Tedesco, A. (2018). *Harmonização Facial – a Nova Face da Odontologia*. ed. 1, Edições Napoleão, Brasil.

Van Der Geld, P., Oosterveld, P., Van Heck, G. & Kuijpers-Jagtman A. M. (2007). Smile Attractiveness.

Angle Orthodontist, 77(5), pp. 759-765. doi: 10.2319/082606-349

Weeks, D. M., & Thomas, J. R. (2014). Beauty in a multicultural world. *Facial plastic surgery clinics of North America*, Vol. 22(3), pp. 337–341. doi: 10.1016/j.fsc.2014.04.005

Yankov, B., Iliev, G., Filchev, D., Gurel, G., Paolucci, B., Shayder, A. & Misheva, I. (2016). Software Application for Smile Design Automation Using the Visagism Theory. *17th International Conference on Computer Systems and Technologies, Comp Sys Tech*, Palermo, Italy, pp. 237-244. Doi: 10.1145/2983468.2983521

