REVISTA TÓPICOS
ISSN 2965-6672 | Qualis A2

REDES SOCIAIS, AUTOIMAGEM E PROCURA POR PROCEDIMENTOS ESTÉTICOS FACIAIS: IMPLICAÇÕES PARA A HARMONIZAÇÃO OROFACIAL - UMA REVISÃO INTEGRATIVA

SOCIAL MEDIA, SELF-IMAGE AND DEMAND FOR FACIAL AESTHETIC PROCEDURES: IMPLICATIONS FOR OROFACIAL HARMONIZATION - AN INTEGRATIVE REVIEW

Ciências da Saúde • 26/11/2026

REGISTRO DOI: 10.70773/revistatopicos/795583637

Giselle Claudino do Carmo[1]

Heloísa Félix Nascimento[2]

Érika Pasqua Tavares[3]

RESUMO

Esta revisão integrativa analisou a associação entre a exposição às redes sociais, a insatisfação com a autoimagem e a procura por procedimentos estéticos faciais, e suas implicações para a harmonização orofacial. A questão norteadora foi estruturada pela estratégia PCC, e a busca foi realizada nas bases PubMed/MEDLINE e BVS, contemplando estudos publicados entre 2021 e 2026, em português ou inglês. Duas revisoras independentes selecionaram os estudos, o processo de seleção foi relatado conforme o PRISMA 2020, e os dados foram organizados em quadro sinóptico para análise interpretativa. Dos 4.189 registros identificados, foram incluídos 12 estudos, predominantemente transversais (75%). Apenas quatro estudos mensuraram diretamente a exposição às redes sociais, e todos identificaram relação entre essa exposição e uma autopercepção mais crítica da aparência, sobretudo por meio da comparação social, da visualização de selfies e do uso de filtros; contudo, a influência das redes sobre a decisão de realizar procedimentos variou entre as populações. Baixa autoestima, ansiedade relacionada à aparência, perfeccionismo disfuncional e traços dismórficos, somados à valorização de celebridades e à influência de pessoas próximas, associaram-se à procura por procedimentos, que também pode decorrer do desejo de aprimoramento sem insatisfação prévia. A revisão propõe três etapas para a prática clínica: triagem, orientação e manejo de expectativas. Conclui-se que as redes sociais se associam à insatisfação com a autoimagem e ao interesse por procedimentos estéticos faciais, atuando como um entre vários fatores, mas as evidências não permitem estabelecer relação causal, sendo necessários estudos longitudinais com pacientes de harmonização orofacial.

Palavras-chave: Harmonização orofacial; Autoimagem; Mídias sociais; Saúde mental; Técnicas cosméticas.

ABSTRACT

This integrative review analyzed the association between social media exposure, self-image dissatisfaction, and the demand for facial aesthetic procedures, and its implications for orofacial harmonization. The guiding question was structured using the Population, Concept, and Context (PCC) strategy, and the search was conducted in the PubMed/MEDLINE and BVS databases, covering studies published between 2021 and 2026 in Portuguese or English. Two independent reviewers selected the studies, the selection process was reported according to PRISMA 2020, and the data were organized in a synoptic chart for interpretative analysis. Of the 4,189 records identified, 12 studies were included, predominantly cross-sectional (75%). Only four studies directly measured social media exposure, and all of them found a relationship between this exposure and a more critical self-perception of appearance, mainly through social comparison, viewing selfies, and the use of filters; however, the influence of social media on the decision to undergo procedures varied across populations. Low self-esteem, appearance-related anxiety, maladaptive perfectionism, and dysmorphic traits, together with the valuing of celebrities and the influence of close acquaintances, were associated with the demand for procedures, which may also stem from a desire for enhancement without prior dissatisfaction. The review proposes three steps for clinical practice: screening, guidance, and expectation management. The review concludes that social media are associated with self-image dissatisfaction and interest in facial aesthetic procedures, acting as one of several factors, but the evidence does not establish a causal relationship, and longitudinal studies of orofacial harmonization patients are needed.

Keywords: Orofacial harmonization; Self-image; Social media; Mental health; Cosmetic techniques.

1. INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, observou-se um notável aumento na procura por procedimentos estéticos orofaciais, fenômeno fortemente impulsionado pela popularização das redes sociais e pela exposição constante a padrões de beleza idealizados (Santos *et al.*, 2024; Lima; Gasparin; Gregório, 2024; Freitas *et al.*, 2025). Plataformas como Instagram, Facebook e TikTok desempenham papel central na construção da identidade visual dos indivíduos, influenciando significativamente a percepção que cada pessoa possui de sua própria imagem (Santos *et al.*, 2024; Freitas *et al.*, 2025). Tal contexto contribui para o surgimento de expectativas irreais e de insatisfação corporal, especialmente entre jovens adultos, que se mostram mais vulneráveis às pressões estéticas exercidas por influenciadores digitais e pelas mídias sociais (Santos *et al.*, 2024; Lima; Gasparin; Gregório, 2024).

Na odontologia, a harmonização orofacial emerge como uma área estratégica capaz de proporcionar benefícios estéticos, funcionais e psicológicos, mas também enfrenta o desafio de equilibrar a busca pela beleza com a necessidade de preservar a saúde física e mental dos pacientes (Santos *et al.*, 2024; Freitas *et al.*, 2025). Diversos estudos apontam que a comparação social mediada pelas redes potencializa distúrbios de autoimagem, ansiedade, depressão e até transtorno dismórfico corporal, tornando imprescindível que os profissionais adotem uma abordagem holística e multidisciplinar no atendimento odontológico (Lima; Gasparin; Gregório, 2024; Freitas *et al.*, 2025). Assim, a compreensão aprofundada dos fatores emocionais e da influência midiática na decisão por intervenções estéticas é fundamental para a promoção de uma prática clínica

ética, segura e humanizada (Santos *et al.*, 2024; Lima; Gasparin; Gregório, 2024).

Apesar da crescente produção científica sobre o tema, a literatura apresenta resultados heterogêneos quanto à intensidade da relação entre o uso das redes sociais, a insatisfação com a autoimagem e o interesse por procedimentos estéticos, o que dificulta a compreensão do real papel dessas plataformas na decisão dos pacientes. Diante desse cenário, surge a seguinte questão norteadora: de que maneira a exposição às redes sociais se relaciona com a insatisfação com a autoimagem e com a procura por procedimentos de harmonização orofacial?

Justifica-se esta pesquisa pela necessidade de sintetizar as evidências disponíveis e de oferecer subsídios teóricos e práticos aos cirurgiões-dentistas, que lidam diariamente com pacientes cujas expectativas são moldadas por ideais estéticos veiculados no meio digital. Compreender esse fenômeno contribui para o manejo adequado de expectativas, para a identificação precoce de fatores psicológicos que exigem atenção e para a tomada de decisão clínica individualizada e eticamente responsável.

Dessa forma, o presente estudo tem como objetivo analisar as evidências sobre a associação entre a exposição às redes sociais, a insatisfação com a autoimagem e a procura por procedimentos estéticos orofaciais. De modo específico, busca investigar a relação entre os padrões de beleza divulgados nas redes sociais e a percepção subjetiva de autoimagem dos usuários, identificar os fatores psicológicos e sociais que motivam a procura por intervenções estéticas orofaciais e sugerir estratégias para triagem, orientação e manejo das expectativas dos pacientes diante da

demanda por procedimentos motivados por padrões midiáticos, delimitando, assim, o objeto de estudo desta revisão integrativa.

2. METODOLOGIA

2.1. Tipo de Estudo

Trata-se de uma revisão integrativa da literatura, método que permite reunir e sintetizar resultados de estudos com diferentes delineamentos sobre um mesmo tema, possibilitando uma compreensão abrangente do fenômeno investigado (Whittemore; Knafl, 2005). O estudo foi conduzido em seis etapas: (1) identificação do tema e elaboração da questão norteadora; (2) definição dos critérios de elegibilidade e busca na literatura; (3) definição das informações a serem extraídas dos estudos selecionados; (4) avaliação dos estudos incluídos; (5) interpretação dos resultados; e (6) apresentação da síntese do conhecimento (Mendes; Silveira; Galvão, 2008). O relato do processo de seleção seguiu as recomendações do Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses (PRISMA 2020) (Page *et al.*, 2021).

2.2. Questão Norteadora

A questão norteadora foi estruturada pela estratégia PCC (População, Conceito e Contexto), recomendada para questões de natureza exploratória que não envolvem comparação entre intervenções (Peters *et al.*, 2020). A População compreendeu indivíduos que buscam, consideram ou realizaram procedimentos estéticos faciais; o Conceito, a influência da exposição às redes sociais e de fatores psicológicos e sociais sobre a autoimagem e a motivação para esses procedimentos; e o Contexto, o ambiente digital e a prática clínica da harmonização orofacial na Odontologia.

Com base nesses elementos, definiu-se a seguinte questão: de que maneira a exposição aos conteúdos e padrões estéticos difundidos nas redes sociais e os fatores psicológicos e sociais a ela relacionados influenciam a percepção da autoimagem e a motivação para a realização de procedimentos estéticos faciais, e quais as implicações para a prática clínica da harmonização orofacial?

2.3. Fontes de Informação e Estratégia de Busca

A busca foi realizada em 10 de setembro de 2026 nas bases PubMed/MEDLINE e Biblioteca Virtual em Saúde (BVS). Foram utilizados termos em inglês combinados pelos operadores booleanos OR, entre termos de um mesmo grupo, e AND, entre grupos, conforme o Quadro 1.

Quadro 1. Estratégias de busca utilizadas em cada base de dados

Base de dados	**Estratégia de busca**
PubMed/MEDLINE	((aesthetics) OR (face) OR (cosmetic techniques)) AND ((self-image) OR (social networking))
BVS	(aesthetics OR aesthetic OR estética OR estetica OR face OR facial OR rostro OR cara OR "cosmetic techniques" OR "técnicas cosméticas" OR "tecnicas cosmeticas") AND ("self-image" OR selfimage OR autoimagem OR "auto imagen" OR autoimagen OR "social networking" OR "social networks" OR "redes sociais" OR "redes sociales")

Fonte: elaborado pelas autoras (2026).

2.4. Critérios de Elegibilidade

Foram incluídos estudos publicados entre 2021 e 2026, em português ou inglês, disponíveis na íntegra, que investigassem fatores psicológicos e/ou sociais, incluindo a exposição às redes sociais e a outras mídias, associados à percepção da autoimagem e à procura, intenção ou realização de procedimentos estéticos que envolvessem a região facial. Foram considerados estudos com procedimentos minimamente invasivos (como toxina botulínica e preenchedores), procedimentos odontológicos estéticos, cirurgias plásticas faciais e procedimentos dermatológicos estéticos faciais, em razão do pequeno número de estudos específicos sobre harmonização orofacial. Foram aceitos estudos primários (observacionais e experimentais) e revisões da literatura cujos resultados respondessem à questão norteadora.

Foram excluídos: estudos duplicados; estudos que abordassem exclusivamente procedimentos corporais ou reconstrutivos; relatos de caso, editoriais, cartas, comentários e resumos de eventos; e estudos cujo texto completo não estivesse disponível.

2.5. Seleção dos Estudos

Os registros recuperados foram exportados para o software de acesso livre Catchii, no qual foram identificadas e removidas as duplicatas. A seleção foi realizada por duas revisoras, de forma independente, em duas fases: leitura de títulos e resumos e, em seguida, leitura do texto completo dos estudos potencialmente elegíveis. As divergências foram resolvidas pela consulta a uma terceira revisora (orientadora). O processo de seleção está representado em fluxograma adaptado do modelo PRISMA 2020 (Page *et al.*, 2021).

2.6. Extração dos Dados

Os dados foram extraídos por meio de instrumento elaborado pelas autoras, contendo: autoria, ano de publicação; título; delineamento do estudo; características da amostra; procedimento estético investigado; variáveis e instrumentos de medida relacionados às redes sociais e aos aspectos psicológicos; principais resultados sociais e psicológicos; conclusões. As informações foram organizadas em quadro sinóptico, a fim de facilitar a comparação entre os estudos.

2.7. Análise e Síntese dos Dados

Os resultados foram submetidos a análise interpretativa, com identificação de convergências, divergências e lacunas, e agrupados em três categorias temáticas correspondentes aos objetivos específicos: (1) padrões de beleza nas redes sociais e autopercepção da imagem; (2) fatores psicológicos e sociais associados à procura por procedimentos estéticos; e (3) estratégias de triagem, orientação e manejo de expectativas na prática da harmonização orofacial.

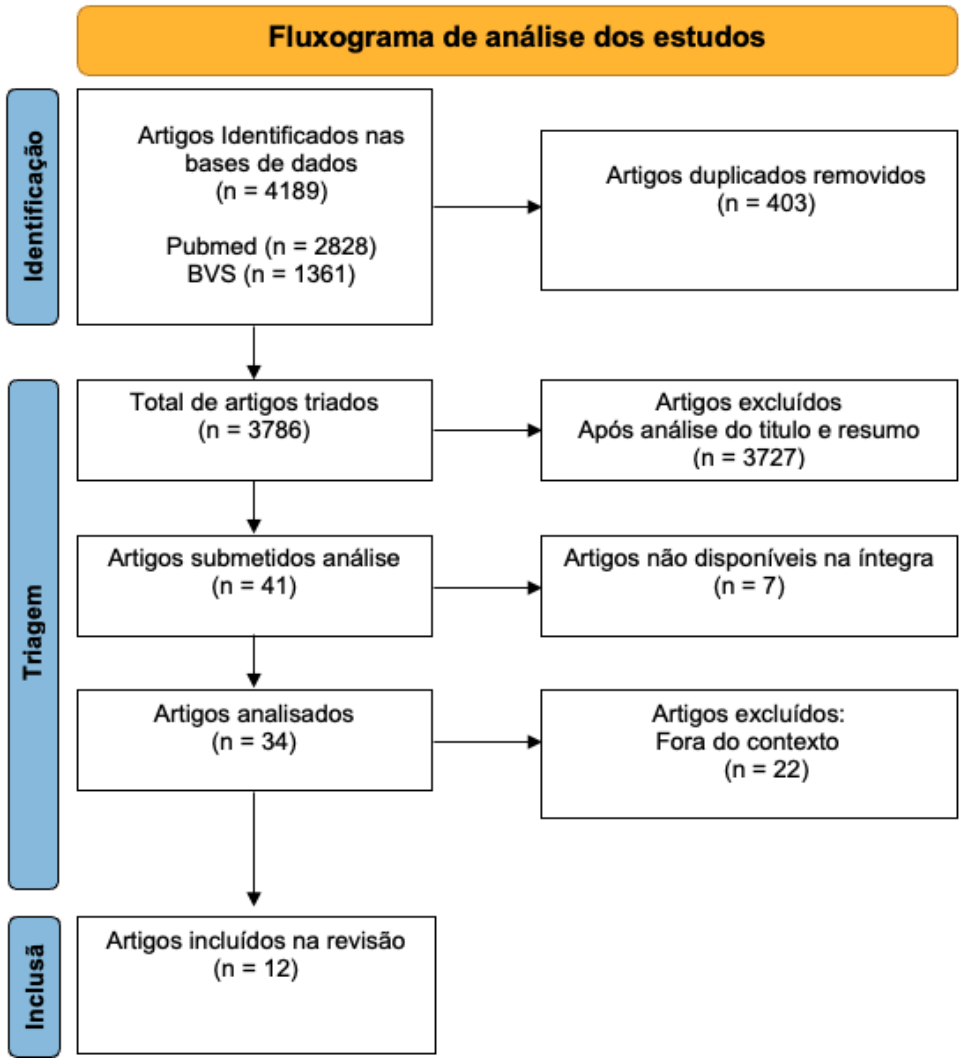
2.8. Declaração de Uso de Inteligência Artificial

As autoras declaram que ferramentas de Inteligência Artificial Generativa (Claude, Chat GPT) foram utilizadas neste trabalho nas seguintes etapas: suporte à redação científica, revisão gramatical, organização de tabelas de dados e as próprias assumem integral responsabilidade pelo conteúdo intelectual e técnico do trabalho, em conformidade com a Portaria CNPq nº 2.664/2026.

3. RESULTADOS

O processo de busca e seleção dos estudos resultou na identificação de 4.189 registros nas bases consultadas, sendo 2.828 provenientes da PubMed e 1.361 da BVS. Inicialmente, foram identificadas e removidas 403 duplicatas, permanecendo 3.786 registros para análise de títulos e resumos. Nessa etapa, 3.745 registros foram excluídos por não apresentarem compatibilidade com os critérios de elegibilidade estabelecidos. Dos 41 artigos, 7 não estavam disponíveis na íntegra; 34 foram avaliados e 22 excluídos por estarem fora do contexto, totalizando 12 estudos incluídos na revisão (Figura 1).

Figura 1. Fluxograma do processo de seleção dos estudos incluídos na revisão integrativa



Fonte: elaborado pelas autoras (modelo PRISMA 2020)

As características gerais dos estudos são apresentadas no Quadro 2:

Quadro 2. Síntese dos estudos incluídos na revisão integrativa.

Autor/ano	Título	Delineamento	Procedimento relatado	Impacto social	Impacto psicológico
Sharma e Asaria (2021).	The Impact of COVID-19 on Patient Interest in Facial Plastic Surgery.	Estudo observacional transversal (cross-sectional), por meio de	Cirurgias plásticas faciais estéticas: principalmente rinoplastia, além de	O aumento do uso das redes sociais e das videoconferências	O uso da câmera frontais videoconferências levou participantes a

⚠ Esta tabela possui muitas colunas e foi cortada para impressão. Para visualizá-la completa, acesse o artigo original em: https://revistatopicos.com.br/artigos/redes-sociais-autoimagem-e-procura-por-procedimentos-esteticos-faciais-implicacoes-para-a-harmonizacao-orofacial-uma-revisao-integrativa?noblockage

Fonte: elaborado pelas autoras (2026).

A caracterização temporal dos estudos incluídos demonstra que as publicações se distribuem entre 2021 e 2026. O ano de 2025 apresentou o maior número de trabalhos, com cinco artigos (41,7%), seguido por 2024, que concentrou quatro publicações (33,3%). Já os anos de 2021, 2022 e 2026 registraram um estudo cada (8,3%), enquanto não foram identificadas publicações referentes a 2023.

Quanto ao delineamento metodológico, houve predominância de estudos com abordagem transversal, que corresponderam a nove das publicações analisadas (75%). Desse conjunto, oito foram classificados como observacionais transversais e um como estudo piloto transversal descritivo. Também foram identificadas duas revisões da literatura (16,7%), sendo uma narrativa, além de um estudo experimental (8,3%). Essa distribuição demonstra a predominância de pesquisas observacionais na investigação das relações entre aspectos sociais, psicológicos e a procura por procedimentos estéticos.

4. DISCUSSÃO

Esta revisão integrativa reuniu 12 estudos publicados entre 2021 e 2026, predominantemente transversais (75%), para analisar como a exposição às redes sociais se relaciona com a insatisfação com a autoimagem e com a procura por procedimentos estéticos

orofaciais. Os achados são discutidos a seguir de acordo com os objetivos específicos.

4.1. Padrões de Beleza nas Redes Sociais e Autopercepção da Imagem

Quatro estudos mensuraram diretamente alguma forma de exposição às redes sociais, e todos encontraram relação entre essa exposição e a maneira como os indivíduos percebem a própria aparência. Durante a pandemia de COVID-19, o uso intensificado de câmeras frontais e videoconferências levou 56% dos participantes a notar mais características faciais que já conheciam e 31% a identificar novas características consideradas desagradáveis, principalmente no nariz (Sharma; Asaria, 2021). Em adolescentes do sexo feminino, visualizar selfies associou-se à consideração de cirurgia estética, relação mediada pela comparação da aparência e pela insatisfação corporal, enquanto publicar selfies não apresentou efeito significativo (Li *et al.*, 2025). Pacientes que planejavam rinoplastia apresentaram maior uso problemático de redes sociais que os controles, e esse uso correlacionou-se com a ansiedade social relacionada à aparência (Yildirim; Yildiz, 2024).

Esses resultados indicam que o elemento central não é o uso das redes em si, mas o consumo de conteúdo centrado na aparência, que estimula a comparação com referências idealizadas. Filtros e edição de imagens participam desse processo: 76,4% dos participantes de Gonzalez, Martinez-Gonzalez e Kroumpouzos (2025) reconheceram que os filtros influenciavam a percepção da própria pele, e quase metade dos que publicavam fotos faciais as editava antes de publicar. Em experimento com imagens digitalmente modificadas do próprio rosto, o modo como as participantes

reconheciam a própria face relacionou-se a preocupações dismórficas e a maior aceitação de preenchimentos (Cazzato; Ellis; Makris, 2024).

A influência das redes, entretanto, não é uniforme. No estudo colombiano, 66,4% dos participantes relataram pouca ou nenhuma influência das redes na decisão de realizar procedimentos, achado que os autores relacionam ao encaminhamento e à orientação prévia por profissionais (Gonzalez; Martinez-Gonzalez; Kroumpouzos, 2025). Além disso, as referências estéticas não se formam apenas no ambiente digital: celebridades, programas de televisão e pessoas do convívio próximo também aumentam a aceitação dos procedimentos (Pearlman *et al.*, 2022; Osikowicz *et al.*, 2025; Galdino *et al.*, 2024). Em resposta ao primeiro objetivo, as evidências apontam associação consistente entre a exposição a padrões estéticos difundidos nas redes, sobretudo por meio da comparação da aparência, e uma autopercepção mais crítica, mas não permitem afirmar relação causal nem atribuir às redes um efeito isolado.

4.2. Fatores Psicológicos e Sociais Associados à Procura por Procedimentos

Entre os fatores psicológicos, a baixa autoestima foi o mais recorrente. Na população geral, associou-se a maior interesse por tratamentos odontológicos estéticos (82,2% contra 66,6% entre os participantes com alta autoestima) (Ghorbani *et al.*, 2025) e a maior número de áreas tratadas e de procedimentos desejados (Almudimeegh *et al.*, 2025), achados coerentes com a revisão de Pearlman *et al.* (2022). Também se destacaram a ansiedade relacionada à aparência, de nível moderado entre pacientes de procedimentos faciais minimamente invasivos e mais elevada entre

os que dirigiam atenção excessiva à região tratada (Wang *et al.*, 2024), e o perfeccionismo disfuncional, associado a menor autoestima, menor satisfação com a aparência e maior ansiedade social, em parte por meio do estresse relacionado à aparência (Duo *et al.*, 2026). No extremo desse espectro, o transtorno dismórfico corporal e os transtornos alimentares associam-se tanto à procura por procedimentos quanto à insatisfação com os resultados (Osikowicz *et al.*, 2025; Pearlman *et al.*, 2022).

Os fatores sociais incluíram a comparação da aparência, a busca por aprovação, a valorização de celebridades e o contato com resultados obtidos por pessoas próximas. Entre estudantes de Odontologia, 57,6% conheciam alguém que havia realizado procedimento labial e 51,5% sentiram-se motivadas após acompanhar esses resultados (Galdino *et al.*, 2024). A experiência prévia com procedimentos estéticos também se associou ao interesse por novos tratamentos (Ghorbani *et al.*, 2025), o que merece atenção por favorecer a repetição de intervenções.

A procura, contudo, nem sempre decorre de insatisfação. A maioria das participantes de Galdino *et al.* (2024) estava satisfeita com os lábios (78,8%), mas mantinha disposição para intervir; o motivo mais citado no estudo de Gonzalez, Martinez-Gonzalez e Kroumpouzos (2025) foi “sentir-se melhor consigo mesmo” (51%); e, em Wang *et al.* (2024), a motivação voltada à satisfação pessoal associou-se a menor ansiedade. Em resposta ao segundo objetivo, a procura por procedimentos é multifatorial: combina vulnerabilidades psicológicas (baixa autoestima, ansiedade, perfeccionismo e traços dismórficos) com influências sociais, mas também abrange motivações de aprimoramento sem sofrimento associado. Distinguir essas situações é a principal tarefa clínica.

4.3. Estratégias de Triagem, Orientação e Manejo de Expectativas

Os estudos incluídos convergem na recomendação de avaliar motivações e expectativas, explicar as opções e as incertezas do tratamento e encaminhar o paciente para suporte psicológico quando necessário (Wang *et al.*, 2024; Duo *et al.*, 2026; Osikowicz *et al.*, 2025). Com base nesses achados, propõem-se três etapas para a prática da harmonização orofacial:

a. **Triagem:** incluir na anamnese perguntas sobre a motivação para o procedimento (para quem e por que neste momento), o tempo dedicado a conteúdos sobre aparência, o uso de filtros e a origem das imagens de referência, além do histórico de procedimentos anteriores e da satisfação com eles. Preocupação desproporcional com defeitos mínimos, insatisfação recorrente com tratamentos anteriores e expectativa de reproduzir uma imagem editada são sinais de alerta (Pearlman *et al.*, 2022; Cazzato; Ellis; Makris, 2024). Recomenda-se complementar a anamnese com um instrumento validado de rastreio do transtorno dismórfico corporal.

b. **Orientação:** explicar que o resultado depende da anatomia individual e que imagens filtradas ou de terceiros não são referências reproduzíveis; realizar documentação fotográfica padronizada, sem filtros; informar indicações, limitações, riscos e duração dos efeitos; e formalizar a decisão por meio do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido. A orientação profissional parece reduzir a influência das redes sobre a decisão (Gonzalez; Martinez-Gonzalez; Kroumpouzos, 2025).

c. **Manejo:** quando a motivação for de aprimoramento e as expectativas forem realistas, o procedimento pode ser planejado normalmente. Diante de expectativas irreais, oferecer um intervalo de reflexão e nova consulta antes de qualquer intervenção. Na presença de sinais de transtorno dismórfico corporal, ansiedade intensa ou sofrimento psicológico relevante, adiar o procedimento e encaminhar para avaliação psicológica, pois nesses casos a intervenção tende a não resolver a insatisfação (Osikowicz *et al.*, 2025; Duo *et al.*, 2026).

4.4. Limitações do Estudo

Os resultados desta revisão devem ser interpretados considerando algumas limitações. Quanto ao processo de revisão, a busca restringiu-se às bases PubMed/MEDLINE e BVS, não contemplou a literatura cinzenta e incluiu apenas estudos publicados entre 2021 e 2026, em português ou inglês, o que pode ter levado à omissão de estudos relevantes indexados em outras bases, publicados em outros idiomas ou fora desse período.

Quanto às evidências disponíveis, 75% dos estudos incluídos apresentaram delineamento transversal, o que impede estabelecer a direção temporal e a relação causal entre a exposição às redes sociais, a insatisfação com a autoimagem e a procura por procedimentos estéticos.

Por fim, poucos estudos foram conduzidos especificamente no contexto odontológico, e nenhum avaliou exclusivamente pacientes de harmonização orofacial atendidos por cirurgiões-dentistas; a maioria abordou cirurgias plásticas, procedimentos dermatológicos

ou tratamentos odontológicos estéticos, em populações e contextos socioculturais distintos, o que restringe a extrapolação direta dos achados para a prática da harmonização orofacial. Desse modo, as estratégias de triagem, orientação e manejo propostas derivam da síntese das evidências e das recomendações dos estudos incluídos e ainda necessitam de validação em pesquisas específicas com essa população.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base nos estudos analisados nesta revisão integrativa, conclui-se que a exposição às redes sociais está associada à insatisfação com a autoimagem e ao interesse por procedimentos estéticos faciais, mas as evidências não permitem estabelecer relação causal nem quantificar o aumento da procura. Os objetivos propostos foram atingidos, conforme segue:

a. a exposição a conteúdos centrados na aparência nas redes sociais, especialmente a visualização de selfies e de imagens filtradas, associa-se a uma percepção mais crítica da própria imagem, principalmente por meio da comparação social; essa influência, entretanto, varia entre populações e não atua de forma isolada;

b. baixa autoestima, ansiedade relacionada à aparência, perfeccionismo disfuncional e traços dismórficos, somados à comparação social, à valorização de celebridades e à influência de pessoas próximas, são os principais fatores associados à procura por procedimentos estéticos faciais, que também pode ser motivada pelo desejo de aprimoramento, sem insatisfação prévia;

c. a prática da harmonização orofacial deve incorporar a triagem das motivações e de sinais de transtorno dismórfico corporal, a orientação sobre limites anatômicos e sobre o caráter irreal das imagens editadas e, quando indicado, o adiamento do procedimento com encaminhamento para avaliação psicológica.

Como os estudos disponíveis são predominantemente transversais e raramente específicos da Odontologia, são necessárias pesquisas longitudinais com pacientes de harmonização orofacial atendidos por cirurgiões-dentistas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMUDIMEEGH, A. *et al.* The impact of individuals' self-esteem on cosmetic dermatology preferences assessed using the Rosenberg Self-Esteem Scale: a cross-sectional study. **Medicine,** v. 104, n. 26, e43109, 2025. DOI: 10.1097/MD.0000000000043109. Disponível em: https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC12212790/. Acesso em: 4 nov. 2026.

CAZZATO, V.; ELLIS, C.; MAKRIS, S. Magic cosmetic fillers: appearance-enhancement effects on self-face recognition. **PLOS ONE,** v. 19, n. 6, e0305580, 2024. DOI: 10.1371/journal.pone.0305580. Disponível em: https://doi.org/10.1371/journal.pone.0305580. Acesso em: 4 nov. 2026.

DUO, L. N. *et al.* Maladaptive appearance perfectionism and psychosocial distress among cosmetic dermatology patients. **Frontiers in Public Health,** v. 14, art. 1829951, 2026. DOI: 10.3389/fpubh.2026.1829951. Disponível em: https://doi.org/10.3389/fpubh.2026.1829951. Acesso em: 4 nov. 2026.

FREITAS, L. C. *et al*. A influência das redes sociais na autoimagem e os desafios clínicos na harmonização orofacial. **Brazilian Journal of Health Review,** [S. l.], v. 8, n. 2, p. e78960, 2025. DOI: 10.34119/bjhrv8n2-284. Disponível em: https://ojs.brazilianjournals.com.br/ojs/index.php/BJHR/article/view/78960. Acesso em: 5 nov. 2026.

GALDINO, A. R. S. *et al*. Análise da satisfação com a aparência labial de estudantes de uma instituição universitária brasileira: um estudo piloto. **HU Revista,** [S. l.], v. 50, p. 1–10, 2024. DOI: 10.34019/1982-8047.2024.v50.43070. Disponível em: https://periodicos.ufjf.br/index.php/hurevista/article/view/43070. Acesso em: 5 nov. 2026.

GHORBANI, Z. *et al.* Self-esteem and its influence on the inclination toward esthetic dental treatments: a cross-sectional study. **BMC Psychology,** v. 13, art. 140, 2025. DOI: 10.1186/s40359-025-02423-7. Disponível em: https://link.springer.com/article/10.1186/s40359-025-02423-7. Acesso em: 4 nov. 2026.

GONZALEZ, C.; MARTINEZ-GONZALEZ, J. L.; KROUMPOUZOS, G. The impact of social media on patient behavior in aesthetic treatments: decreased influence on patients at a reference center for aesthetic ultrasonography. **Clinics in Dermatology,** v. 43, n. 6, p. 926–931, 2025. DOI: 10.1016/j.clindermatol.2025.10.005. Disponível em: https://www.cidjournal.com/article/S0738-081X(25)00284-6/fulltext. Acesso em: 4 nov. 2026.

LI, Y. *et al.* Online selfie behavior and consideration of cosmetic surgery in teenage girls: the mediating roles of appearance comparisons and body dissatisfaction. **PLOS ONE,** v. 20, n. 2,

e0318245, 2025. DOI: 10.1371/journal.pone.0318245. Disponível em: https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0318245. Acesso em: 4 nov. 2026.

LIMA, B. C. M.; GASPARIN, C. C.; GREGÓRIO, P. C. Procedimentos estéticos: uma abordagem psicológica. **Brazilian Journal of Implantology and Health Sciences,** v. 6, n. 3, p. 2601–2626, 2024. DOI: 10.36557/2674-8169.2024v6n3p2601-2626. Disponível em: https://doi.org/10.36557/2674-8169.2024v6n3p2601-2626. Acesso em: 10 set. 2025.

MENDES, K. D. S.; SILVEIRA, R. C. C. P.; GALVÃO, C. M. Revisão integrativa: método de pesquisa para a incorporação de evidências na saúde e na enfermagem. **Texto & Contexto – Enfermagem,** Florianópolis, v. 17, n. 4, p. 758–764, out./dez. 2008.

OSIKOWICZ, M. D. *et al.* Psychological aspects of plastic surgery: impact on self-esteem, body image, and quality of life of patients. **Wiadomości Lekarskie,** v. 78, n. 7, p. 1396–1402, 2025. DOI: 10.36740/WLek/204769. Disponível em: https://www.wiadomoscilekarskie.pl/Psychological-Aspects-of-Plastic-Surgery-Impact-on-Self-esteem-Body-Image-and-Quality%2C204769%2C0%2C2.html. Acesso em: 4 nov. 2026.

PAGE, M. J. *et al.* The PRISMA 2020 statement: an updated guideline for reporting systematic reviews. **BMJ,** v. 372, n71, 2021. DOI: 10.1136/bmj.n71.

PEARLMAN, R. L. *et al.* Factors associated with likelihood to undergo cosmetic surgical procedures among young adults in the United States: a narrative review. **Clinical, Cosmetic and Investigational Dermatology,** v. 15, p. 859–877, 2022. DOI: 10.2147/CCID.S358573.

Disponível em: https://doi.org/10.2147/CCID.S358573. Acesso em: 4 nov. 2026.

PETERS, M. D. J. *et al.* Chapter 11: scoping reviews (2020 version). *In*: AROMATARIS, E.; MUNN, Z. (ed.). **JBI Manual for Evidence Synthesis.** [*S. l.*]: JBI, 2020. DOI: 10.46658/JBIMES-20-12.

SANTOS, A. K. S. *et al.* Padrões estéticos como elementos norteadores das decisões clínicas em odontologia: a influência das mídias sociais na saúde das pessoas. **RECIMA21 – Revista Científica Multidisciplinar,** v. 5, n. 6, e565333, 2024. DOI: 10.47820/recima21.v5i6.5333. Disponível em: https://doi.org/10.47820/recima21.v5i6.5333. Acesso em: 10 set. 2025.

SHARMA, G. K.; ASARIA, J. The impact of COVID-19 on patient interest in facial plastic surgery. **Plastic and Reconstructive Surgery – Global Open,** v. 9, n. 10, e3890, 2021. DOI: 10.1097/GOX.0000000000003890. Disponível em: https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC8541888/. Acesso em: 4 nov. 2026.

WANG, Y. *et al.* Investigation of appearance anxiety levels and influencing factors in patients undergoing minimally invasive facial cosmetic procedures. **Aesthetic Plastic Surgery,** v. 48, n. 22, p. 4603–4608, 2024. DOI: 10.1007/s00266-024-04242-4. Disponível em: https://doi.org/10.1007/s00266-024-04242-4. Acesso em: 4 nov. 2026.

WHITTEMORE, R.; KNAFL, K. The integrative review: updated methodology. **Journal of Advanced Nursing,** v. 52, n. 5, p. 546–553, 2005. DOI: 10.1111/j.1365-2648.2005.03621.x.

YILDIRIM, Y. S. S.; YILDIZ, S. Investigation of social appearance anxiety and self-esteem in individuals planned for aesthetic rhinoplasty. **European Review for Medical and Pharmacological Sciences,** v. 28, n. 3, p. 1089–1094, 2024. DOI: 10.26355/eurrev_202402_35345. Disponível em: https://doi.org/10.26355/eurrev_202402_35345. Acesso em: 4 nov. 2026.

---

[1] Discente do Curso de Odontologia da Universidade Federal de Alfenas. E-mail: acesse o artigo original para visualizar o e-mail

[2] Discente do Curso de Odontologia da Universidade Federal de Alfenas. E-mail: acesse o artigo original para visualizar o e-mail

[3] Docente do Instituto de Ciências Biomédicas da Universidade Federal de Alfenas. E-mail: acesse o artigo original para visualizar o e-mail