

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
CAMPUS GOVERNADOR VALADARES
INSTITUTO DE CIÊNCIAS DA VIDA
DEPARTAMENTO DE ODONTOLOGIA**

Luiz Antonio Mendes Couto Costa

**Todos iguais? Conhecendo o perfil dos profissionais odontólogos da
harmonização orofacial**

Governador Valadares

2024

Luiz Antonio Mendes Couto Costa

**Todos iguais? Conhecendo o perfil dos profissionais odontólogos da
harmonização orofacial**

Trabalho de conclusão de curso
apresentado ao Departamento de
Odontologia, do Instituto de Ciências da
Vida, da Universidade Federal de Juiz de
Fora, Campus Governador Valadares,
como requisito parcial à obtenção do grau
de bacharel em Odontologia.

Orientadora: Profa. Dra. Patrícia Aparecida Baumgratz de Paula

Governador Valadares

2024

Ficha catalográfica elaborada através do programa de geração automática da Biblioteca Universitária da UFJF, com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

Costa, Luiz Antonio Mendes Couto.

Todos iguais? Conhecendo o perfil dos profissionais odontólogos em Harmonização Orofacial / Luiz Antonio Mendes Couto Costa. -- 2024.

33 p. : il.

Orientadora: Patrícia Aparecida Baumgratz de Paula
Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) - Universidade Federal de Juiz de Fora, Campus Avançado de Governador Valadares, Faculdade de Odontologia, 2024.

1. Educação. 2. Saúde. 3. Estética. I. Paula, Patrícia Aparecida Baumgratz de, orient. II. Título.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA

Luiz Antonio Mendes Couto Costa

Todos iguais? Conhecendo o perfil dos profissionais odontólogos em harmonização orofacial

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Departamento de Odontologia, do Instituto de Ciências da Vida, da Universidade Federal de Juiz de Fora, Campus Governador Valadares, como requisito parcial à obtenção do grau de bacharel em Odontologia.

Aprovada em 03 de setembro de 2024.

BANCA EXAMINADORA

Prof(a). Dr(a). Patrícia Aparecida Baumgratz de Paula
Universidade Federal de Juiz de Fora, Campus Governador Valadares – Orientador(a)

Prof(a). Dr(a). Mônica Regina Pereira Senra Soares
Universidade Federal de Juiz de Fora, Campus Governador Valadares

Prof(a). Me(a). Ismênia Edwignes Bernardes Marçal
Doutoranda pela Universidade Federal de Minas Gerais



Documento assinado eletronicamente por **Patrícia Aparecida Baumgratz de Paula, Professor(a)**, em 04/09/2024, às 09:05, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Ismênia Edwignes Bernardes, Usuário Externo**, em 04/09/2024, às 16:01, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Mônica Regina Pereira Senra Soares, Professor(a)**, em 05/09/2024, às 15:15, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no Portal do SEI-Ufjf (www2.ufjf.br/SEI) através do ícone Conferência de Documentos, informando o código verificador **1950169** e o código CRC **6E42C325**.

Referência: Processo nº 23071.928987/2024-76

SEI nº 1950169

AGRADECIMENTOS

Gostaria de começar agradecendo a Deus por ter me dado forças, saúde e a oportunidade de vivenciar e concluir mais uma etapa importante da minha vida, sempre me guiando e dando forças para superar os obstáculos que surgiram ao longo do caminho.

Agradeço aos meus pais, José Antonio e Fernanda, que não mediram esforços para que eu pudesse realizar este sonho. Vocês não só sonharam comigo, mas também caminharam ao meu lado durante todo o curso. Sou eternamente grato pelo amor, apoio e dedicação que me permitiram chegar até aqui.

Ao meu irmão, Gabriel, que sempre esteve ao meu lado, me apoiando e incentivando em cada etapa, minha profunda gratidão. Sua presença foi fundamental para que eu pudesse seguir em frente com confiança.

À minha namorada e futura esposa, Izabela Talia, que em todos os momentos da minha formação foi um ponto de apoio inabalável, oferecendo segurança psicológica em meio às preocupações e desafios que enfrentei. Sua presença ao meu lado foi crucial para que eu pudesse superar cada um desses obstáculos.

Não posso deixar de agradecer às minhas tias, Geralda e Mônica, bem como às minhas avós, Corina (In memorian) e Ivanir, que sempre demonstraram alegria e orgulho por me verem cursando e agora concluindo este curso. Em especial, à minha vózinha Corina, que tinha o sonho de me ver formado e que, durante este período de graduação, foi descansar. Sei que, mesmo não estando fisicamente presente, ela esteve ao meu lado em pensamento e como um ponto de apoio espiritual.

Aos meus amigos, especialmente aos mais próximos – Murilo, Bianca e Ana Júlia – agradeço por me ajudarem a passar por este período em que estive longe de casa. A amizade de vocês foi tão forte que formamos uma nova família, onde todos nós apoiamos e torcemos pelo sucesso uns dos outros. Agradeço também à Roberta, que me auxiliou com dúvidas e em várias etapas na conclusão deste trabalho.

Por fim, minha imensa gratidão à minha orientadora, Profa. Dra. Patrícia, que não mediu esforços para esclarecer minhas dúvidas e me orientar na realização deste trabalho, ajudando-me a concretizar este sonho.

RESUMO

Na sociedade brasileira, os atuais padrões de beleza exibidos pela mídia e a alta valorização da estética, tornou mais frequente a busca por procedimentos de Harmonização Orofacial (HOF) nos consultórios dos profissionais de saúde, inclusive dos odontólogos. A HOF é um procedimento de rápida terapêutica, pouco invasivo e seguro, que proporciona o resgate da autoestima dos pacientes. A presente pesquisa tem como objetivos: delinear o perfil dos odontólogos da área de HOF, na região sudeste do Brasil; compreender as razões que levaram esses profissionais a buscarem a especialização na área estética; identificar se houve influência da escolha por essa especialidade devido ao marketing digital; avaliar o teor do conteúdo compartilhado pelas redes sociais do profissional relacionado a HOF. Trata-se de um estudo quantitativo e qualitativo, utilizando as redes sociais (WhatsApp) para recrutamento dos participantes, com a aplicação de questionário online (Google Forms) contendo questões socioeconômicas, demográficas e profissionais. Para a abordagem qualitativa, foi utilizado o Patient Education Materials Assessment Tool (PEMAT), que analisa os materiais de educação em saúde publicados nas redes sociais (Instagram). Foram avaliadas 90 publicações desses usuários, observando o número de seguidores, quantidade de postagens de cunho educativo/profissional, entre outras métricas. Os resultados encontrados indicam que dos 30 participantes, 50% dos profissionais atuantes na HOF são jovens de faixa etária de 20-30 anos; 63,3% brancos; 83,3% são do sexo feminino; 66,7% declararam cisgênero; 90% são heterossexuais. Quanto ao perfil profissional, 63,3% recebem até 5 a 10 salários-mínimos; 53,3% dos profissionais têm carga horária abaixo de 44 horas semanais; 73% são autônomos, trabalhando em consultório próprio, alugado ou de outro profissional; 76,7% consideram a formação adequada para o mercado de trabalho; 73% são formados em instituições privadas. Aproximadamente, 70% dos participantes têm em média menos de 10 anos de formação em HOF; 46,7% têm curso de imersão, 36,7% especialização em HOF. Em relação aos materiais de educação em saúde publicados nas redes sociais foi possível observar que a maioria das postagens eram pouco compreensíveis e pouco acionáveis, sendo que cada perfil apresentava em média 466 postagens com média de 15.330 seguidores, e as postagens de cada perfil tiveram, em média, 46,29% de cunho educativo/profissional. Os achados desse estudo revelaram que na HOF, as

mulheres jovens, brancas, cisgênero e heterossexuais são a maioria, condizendo com resultados encontrados em outros estudos, nos quais houve predomínio de profissionais do sexo feminino na área de estética e de HOF. Em relação à análise das mídias sociais, se observa nos perfis dos profissionais que estes não buscam transmitir informações fidedignas sobre a harmonização orofacial, suas vantagens e desvantagens, e quais são casos realmente precisam de um procedimento desse tipo. Esses perfis se concentram em demonstrar o “antes x depois” dos pacientes. Logo, ajudam na propagação de um padrão de beleza alimentado pelas mídias, incentivando cada vez mais pessoas a se interessarem por esses procedimentos.

Palavras-chave: Educação. Saúde. Estética.

ABSTRACT

In Brazilian society, the current beauty standards displayed by the media and the high value of aesthetics, has made the search for Orofacial Harmonization (HOF) procedures more frequent in the offices of health professionals, including dentists. HOF is a rapid therapeutic procedure, minimally invasive and safe, which provides the recovery of patients' self-esteem. This study aims to outline the profile of dentists in the area of HOF, in the southeastern region of Brazil; understand the reasons that led these professionals to seek specialization in the aesthetic area; identify if there was an influence of the choice for this specialty due to digital marketing; evaluate the content of the content shared by the professional's social networks related to HOF. This is a quantitative and qualitative study, using social networks (WhatsApp) to recruit participants, with the application of an online questionnaire (Google Forms) containing socioeconomic, demographic and professional questions. For the qualitative approach, the Patient Education Materials Assessment Tool (PEMAT) was used, which analyzes health education materials published on social networks (Instagram). 90 publications by these users were evaluated, observing the number of followers, number of educational/professional posts, among other metrics. The results indicate that of the 30 participants, 50% of the professionals working in the HOF are young people aged 20-30 years; 63.3% white; 83.3% are female; 66.7% declared themselves cisgender; 90% are heterosexual. As for the professional profile, 63.3% receive up to 5 to 10 minimum wages; 53.3% of the professionals have a workload of less than 44 hours per week; 73% are self-employed, working in their own, rented or other professional's offices; 76.7% consider the training adequate for the labor market; 73% are trained in private institutions. Approximately 70% of participants have on average less than 10 years of training at HOF; 46.7% have an immersion course, 36.7% have a specialization in HOF. Regarding the health education materials published on social networks, it was possible to observe that most of the posts were barely understandable and not very actionable, with each profile having an average of 466 posts with an average of 15,330 followers, and the posts of each profile had, on average, 46.29% of an educational/professional nature. The findings of this study revealed that in the HOF, young, white, cisgender and heterosexual women are the majority, consistent with the results found in other studies, in which there was a predominance of female professionals in the area of

aesthetics and HOF. Regarding the analysis of social media, it is observed how the profiles of professionals do not seek to convey reliable information about orofacial harmonization, its advantages and disadvantages, which cases really need a procedure of this type, but focus on demonstrating "before x after" of patients and, consequently, helping in the dissemination of a standard of beauty and, consequently, Thus, encouraging more and more people to be interested in these procedures.

Keywords: Education. Health. Esthetics.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	11
2	OBJETIVOS.....	13
2.1	OBJETIVOS.....	13
3	METODOLOGIA.....	14
4	RESULTADOS.....	16
5	DISCUSSÃO.....	23
6	CONCLUSÃO.....	29
	REFERÊNCIAS.....	31

1 INTRODUÇÃO

A construção social do corpo é muito mais ampla e complexa, pois a história do corpo é a própria história da civilização (Silva et al., 2018). Nesse sentido, a concepção de beleza sofreu transformações ao longo dos anos sempre foi dependente de fatores diversos, dentre eles: históricos, sociais, culturais, recebendo também influências da etnia, e da opinião familiar. Atualmente, os meios de comunicação apresentam um tipo de beleza que é influenciável na vida das pessoas, reafirmando que os padrões de beleza também são alterados de acordo com o tempo e o local (Almeida; Farias; Bittencourt, 2010).

Na sociedade brasileira contemporânea, com os atuais padrões de beleza difundidos mundialmente pela mídia e com a alta valorização da estética, a busca pelos procedimentos de Harmonização Orofacial (HOF) tornou-se mais frequente nos consultórios dos profissionais de saúde, dentre eles, dos odontólogos (Leite et al., 2022).

A Resolução Conselho Federal de Odontologia (CFO) nº 198/19 reconhece a harmonização orofacial como especialidade odontológica, reconhecendo a Harmonização Orofacial como um conjunto de procedimentos realizados pelo cirurgião-dentista em sua área de atuação, responsáveis pelo equilíbrio estético e funcional da face.

O conceito da HOF associa diferentes elementos como os dentes, lábios e face para alcançar e integrar o equilíbrio da estética e funcionalidade. Dessa forma, os profissionais da área odontológica procuram não só se especializar no terço inferior da face, dentes e estruturas de suporte, mas em todo o complexo orofacial (Machado; Da Silva, 2020). A Harmonização Orofacial é um dos procedimentos mais escolhidos na atualidade nos consultórios odontológicos, e tem como vantagens uma terapêutica rápida, pouco invasiva e segura, como aplicação da toxina botulínica e preenchedores faciais, resgatando a autoestima do paciente (Cruz e Breda, 2021).

Nesse sentido, os procedimentos estéticos vão se tornando progressivamente mais complexos, por serem produtos do desenvolvimento técnico-científico (Machado; Da Silva, 2020), gerando e agregando mais tecnologias na maioria das vezes invasivas. Entretanto, é importante frisar que a odontologia necessita da interação dos princípios da funcionalidade atrelada a estética para que haja

harmonia e equilíbrio durante os tratamentos. Além disso, é preciso que o odontólogo esteja preparado para prestar assistência integral ao paciente com responsabilidade, e que os cursos de qualificação e especialização profissional em HFO contemplem também, disciplinas voltadas para a melhoria do atendimento (Leite et al., 2022), e questões éticas inerentes aos procedimentos da HOF.

Com o fácil acesso e a grande utilização das mídias sociais no dia a dia, muitos dentistas utilizam a ferramenta para divulgação de seus trabalhos, que incluem procedimentos realizados, imagens comparativas de antes e depois, casos clínicos, entre outras postagens que resultam na mercantilização, e até mesmo desvalorização da profissão. Estudos demonstraram que mais de 80% dos cirurgiões dentistas possuem algum tipo de website, e pouco mais de 50% utilizam as redes sociais em suas práticas profissionais (Machado; Da Silva, 2020).

Silva e colaboradores (2021) ao acessarem a ferramenta que monitora as tendências do buscador “Google Trends” identificaram que o termo “harmonização facial” representou um aumento no número de pesquisas para 540% em 2020.

Segundo Da Silva et al. (2021), no Brasil, entre os anos de 2014 e 2019, o número de procedimentos de harmonização facial tiveram um aumento de 72 mil para 256 mil ao ano. Para esses autores, o distanciamento social durante a pandemia de COVID-19 levou as pessoas a utilizarem com mais frequência e por mais tempo as redes sociais, o que pode ter sido um fator influenciador na tomada de decisão para passar pelo procedimento estético.

Dentro desse contexto, foi possível observar uma crescente mudança da odontologia, com foco nas áreas mais atrativas e rentáveis. Com o aumento da competitividade do mercado, os dentistas encontraram na HFO uma nova opção de atuação que apresenta como vantagens: retorno financeiro atrativo, e uma vasta gama de cursos formativos para a área, além disso apresenta uma fidelidade dos pacientes ao profissional e aos procedimentos.

A partir de 2019, houve um aumento de registros nessa especialidade, tanto como atuação exclusiva, quanto em conciliação com outras especialidades, seja por recém-formados ou profissionais já experientes (Da Silva et al., 2021).

Nessa perspectiva, o presente estudo tem como objetivos delinear o perfil dos odontólogos atuantes na Harmonização Orofacial na região sudeste; compreender as razões que levaram estes a procurar a área estética; avaliar o conteúdo relacionado a HOF compartilhado nas redes sociais desses profissionais.

2 OBJETIVOS

Este estudo teve como objetivo delinear o perfil do odontólogo que se especializou em harmonização orofacial (HOF) na região sudeste.

2.1 OBJETIVO ESPECÍFICO

1. Compreender as razões que levaram os profissionais dentistas a buscar a especialização na área estética (HOF).
2. Identificar se houve influência da escolha por essa especialidade devido ao marketing digital.
3. Avaliar o teor do conteúdo compartilhado pelas redes sociais do profissional relacionado a HOF.

3 METODOLOGIA

Trata-se de um estudo transversal, realizado entre os meses de agosto de 2023 a maio de 2024, por meio de questionário estruturado, autoaplicado e *online* para dentistas que oferecem o serviço de HOF na região sudeste, acrescido da análise das redes sociais desses profissionais. Os participantes foram convidados a participar da pesquisa através das redes sociais (grupo de *Whatsapp*, *Instagram*), e receberam o *link* da pesquisa, onde puderam acessar o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) na versão *online*, e em seguida preencheram o questionário por meio da plataforma *Google Forms*.

Desse modo, foi utilizada a estratégia virtual de “Bola de Neve Virtual” por meio das Redes Sociais Virtuais (RSV). Este método se inicia com o envio do link da pesquisa com o acesso ao questionário e há um pedido para que este link seja repassado e compartilhado com a rede de contatos de quem recebeu a mensagem. Logo, a mensagem passa a ser emitida pelo próprio círculo social do receptor, o que permite que passe a ser recebida de uma forma mais amistosa. A Bola de Neve Virtual pode gerar uma quantidade amostral relevante, mas os dados obtidos não podem ser generalizados, devido sua natureza não probabilística (Costa, 2018).

O questionário estruturado continha questões relacionadas às condições socioeconômicas, demográficas, adaptadas do questionário do Censo de 2022 (IBGE, 2022), bem como questões relacionadas à formação e atuação profissional. Por fim, o questionário também possuía perguntas sobre divulgação do trabalho profissional nas redes sociais. A rede social mais utilizada pelos participantes para divulgação do seu trabalho foi o *Instagram*, sendo esta analisada por meio do *Patient Education Materials Assessment Tool* (PEMAT).

Este instrumento destina-se a avaliar os materiais de educação em saúde publicados nas redes sociais, a compreensibilidade das informações postadas, o *layout* e *design* e a acionabilidade destas, entre outras categorias, para a população que consome tais informações. O PEMAT possui 17 itens, sendo 13 que avaliam a compreensibilidade; 4 que avaliam a acionabilidade. As opções de resposta para cada item são: 0 para discordo; 1 para concordo, e para 9 itens também tem a opção “não se aplica”. As pontuações percentuais de compreensibilidade e acionabilidade são calculadas dividindo a pontuação total obtida pela pontuação total possível e multiplicando o resultado por 100. Assim, pode-se calcular as porcentagens para

cada pergunta do PEMAT. Foi estabelecido um limite de 70% para que o material seja considerado compreensível ou acionável, isto significa que uma pontuação PEMAT de 70% ou menos é considerada pouco compreensível ou pouco acionável (Brito, 2021).

A amostra foi composta por 30 dentistas, e se optou por analisar 3 postagens de cada participante. Essas postagens foram selecionadas baseadas nos seguintes critérios: postagem mais recente do perfil que demonstra ser de cunho educativo/profissional, onde as mesmas foram analisadas por dois pesquisadores e nas questões que houvesse discordâncias os mesmos entraram em consenso. Posteriormente, à análise das postagens seguiu-se para análise do perfil, onde foram observados se aquele perfil era tido como profissional ou pessoal, de acordo com uma ferramenta disponibilizada pelo instagram. Ademais, foi conferido o número de postagens de cunho educativo/profissional em comparação com o número total de postagens, obtendo assim uma comparação entre a quantidade de postagens profissionais/educativas por perfil.

As informações coletadas foram inseridas em um banco de dados. Os dados obtidos foram avaliados e interpretados, com auxílio do *software* SPSS® *for Windows* (SPSS Inc., versão 22.0). Na análise estatística, as variáveis categóricas foram apresentadas com as distribuições de frequência.

Esse estudo foi aprovado no Comitê de Ética em Pesquisa (CEP) com Seres Humanos da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), sob o CAEE nº 68600123.80000.5147.

4 RESULTADOS

A amostra foi composta por 30 dentistas, sendo 26 do estado de Minas Gerais e 4 do Espírito Santo, e a Tabela 1 abaixo mostra as características pessoais, de formação e atuação desses profissionais. Quanto à caracterização socioeconômica e demográfica, a maioria era composta do sexo feminino (83,3%); 66,7% se autodeclararam cisgênero e 90% heterossexuais. Em relação à faixa etária, 50% possuíam entre 20 a 30 anos, sendo que a maioria se autodeclarou branco (63,3%). Cabe destacar, que não houve autodeclaração de pretos e indígenas. No tocante à renda mensal, 53,3% recebiam até 5 salários, e a maioria (53,5 %) estava satisfeita com sua renda.

Quanto ao perfil de formação e profissional, cerca de 87% exercia sua atividade no estado de Minas Gerais; 53,3% relataram trabalhar menos de 44 horas por semana; 46,7% eram autônomos e trabalhavam em consultório próprio, alugado ou de outro profissional. Aproximadamente, 77% dos participantes consideraram adequada a sua formação para o mercado de trabalho; 73% deles se formaram em uma Instituição de Ensino Superior (IES) privada; 66,7% apresentavam tempo de formação inferior a 10 anos, destes 40% possuíam menos de 5 anos de experiência profissional. No tocante à formação e/ou habilitação em HOF, 46,7% revelaram possuir curso de imersão; 53,4% tinham pós-graduação *lato sensu* e/ou *stricto sensu*. Cabe destacar, que 73,3% ainda não apresentaram o registro na área da especialidade em Harmonização Orofacial junto ao Conselho Federal de Odontologia.

Em relação aos motivos pelos quais os dentistas buscaram a HOF, 93,3% responderam que tinham interesse na área de estética; 33,3% no retorno financeiro. Sobre o uso das redes sociais, 83,3% divulgaram os serviços oferecidos nesses locais, 86,7% relataram utilizar o *Instagram* para esse fim, e 73,1% fazem a própria alimentação das suas redes.

Tabela 1: Características pessoais, de formação e atuação dos profissionais dentistas.

PERGUNTA	Nº	%
Idade		

Entre 20 e 25	6	20
Entre 25 e 30	9	30
Entre 30 e 35	4	13,3
Entre 35 e 40	4	13,3
Mais de 40	7	23,3

Cor / Raça

Preto	0	0
Pardo	9	30
Indígena	0	0
Amarelo	2	6,7
Branco	19	63,3

Sexo biológico

Masculino	5	16,7
Feminino	25	83,3
Interssexual	0	0
Prefiro não informar	0	0

Gênero

Cisgênero	20	66,7
Transsexual / Travesti	0	0
Agênera	0	0
Não-binare	1	3,3
Prefiro não informar	9	30

Orientação sexual

Heterossexual	27	90
Homossexual	1	3,3
Bissexual	1	3,3
Panssexual	0	0

Assexual	0	0
Prefiro não informar	1	3,3
Ganho médio mensal		
Até 5 salários	16	53,3
De 6 a 10 salários	9	30
De 11 a 20 salários	5	16,7
De 21 a 39 salários	0	0
Mais de 40 salários	0	0
Nível de satisfação financeira		
Muito insatisfeito	2	6,7
Insatisfeito	11	36,7
Satisfeito	16	53,5
Muito satisfeito	1	3,3
AVALIAÇÃO DA FORMAÇÃO ACADÊMICA		
A formação foi/está adequada para o mercado de trabalho		
Sim	23	76,7
Não	2	6,7
Em parte	5	16,7
Não tenho opinião formada	0	0
CONDIÇÕES DE TRABALHO		
Abaixo de 44 horas semanais	16	53,3
44 horas semanais	8	26,7
Acima de 44 horas semanais	6	20
Vínculo empregatício		
Autônomo - Consultório Próprio	14	46,7
Autônomo - Consultório Alugado	2	6,7
Consultório Particular de outro profissional, recebendo porcentagem	6	20

Professor	0	0
Serviço público	3	10
Empresa privada, plano de saúde, sindicatos e associação	3	10
Coordenadora de curso, professora, ausente de atendimento particular no momento	1	3,3
Autônomo (consultório alugado) e em consultório particular de outro profissional	1	3,3

Formação em Instituição de Ensino Superior

Pública	8	26,7
Privada	22	73,3

Tempo de formação

Menos de 5 anos	12	40
Entre 5 e 10 anos	8	26,7
Entre 10 e 20 anos	6	20
Mais de 20 anos	4	13,3

Exerce em Minas Gerais

Sim	26	86,7
Não	4	13,3

Formação / Habilitação em HOF

Curso de imersão em Harmonização OroFacial	14	46,7
Pós graduação	5	16,7
Especialização	11	36,6
Aperfeiçoamento	0	0

Cadastro no Conselho Federal de Odontologia (CFO) de Minas Gerais em Harmonização OroFacial

Sim	8	26,7
Não	22	73,3

Qual motivo o fez buscar atuar na área de Harmonização Orofacial?

Interesse na área estética	28	93,3
Mercado / Marketing	7	23,3
Retorno financeiro	10	33,3
Influência (mídias sociais, outros profissionais)	6	20
Posição ergonômica mais favorável / saúde	1	3
Divulga seu serviço nas redes sociais		
Sim	25	83,3
Não	5	16,7
Se sim, você mesmo alimenta seu perfil ou contrata uma assessoria profissional		
Eu mesmo alimento	20	80
Contrato uma assessoria profissional	5	20
Quais meios de divulgação você utiliza		
Instagram	26	86,7
Facebook	14	46,7
Whatsapp	18	60
Site / blog	2	6,7
Televisão	0	0
Rádio	1	3,3
Panfletos	2	6,7
Google	1	3,3

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

Quanto aos meios de divulgação, o Instagram foi a rede social mais utilizada pelos participantes, sendo que a metade dos perfis eram sinalizados como um perfil profissional, de acordo com uma ferramenta disponibilizada pela própria rede social. De todos os perfis avaliados, mesmo aqueles que não foram sinalizados pelos profissionais como sendo um perfil profissional, haviam postagens desse cunho, as quais também foram consideradas. Dessa forma foi possível observar 216

postagens educativas/profissionais por perfil, em média. No certame geral cada perfil tinha em média 466 postagens, ou seja, 46,29% das postagens por perfis apresentaram cunho educativo/profissional. Juntamente com essa análise foi possível verificar que os perfis apresentaram em média 15.330 seguidores. Em relação às postagens, foram avaliadas ao todo 90 postagens, 3 de cada profissional.

TABELA 2: Pontuações percentuais de compreensibilidade e acionabilidade calculadas para cada pergunta do PEMAT .

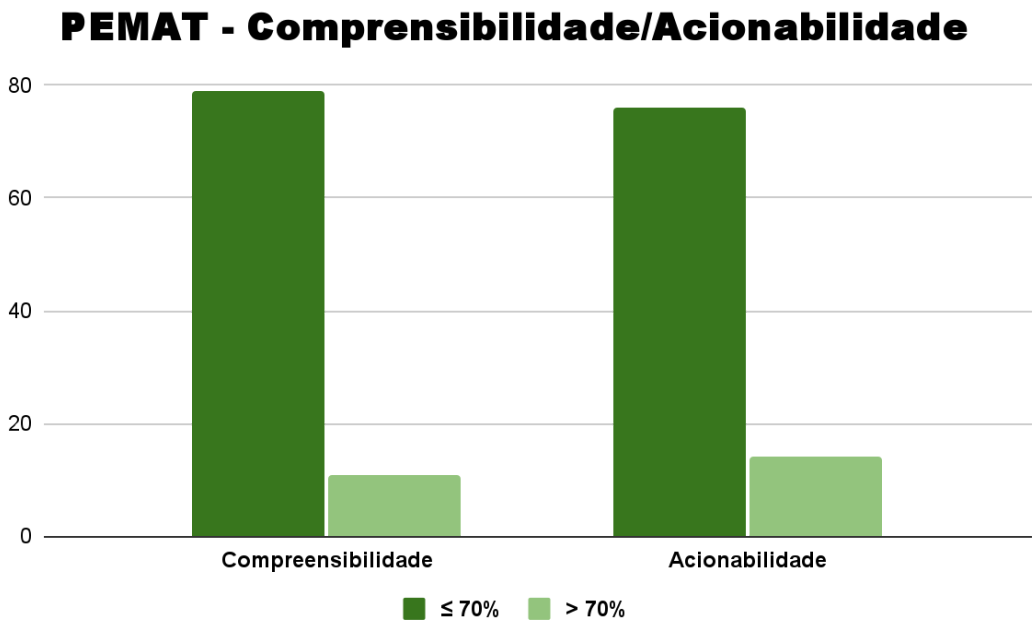
PERGUNTAS	PORCENTAGENS
1. É claramente evidente o objetivo do material	93%
2. O material utiliza linguagem comum, do dia a dia	99%
3. Os termos médicos utilizados são necessários para compreender o tema apresentado no material, sendo definidos inicialmente	91%
4. O material usa voz ativa	44%
5. O material reparte a informação em pequenas secções	86%
6. As secções do material tem cabeçalhos informativos	19%
7. O material apresenta a informação em sequência lógica	95%
8. O material contém um resumo	39%
9. O material usa pistas visuais (ex.: setas, caixas, marcadores de texto, negrito, maior tamanho de letra, realce do texto) para chamar a atenção para os pontos-chave	79%
10. O texto no ecrã é fácil de ler	98%
11. O material permite que o utilizador ouça as palavras de forma clara (ex.: com velocidade, volume e clareza sonoras adequadas à sua compreensão)	95%
12. O material usa ajudas visuais nítidas e simples (ex.: com qualidade e focagem adequadas à sua compreensão)	95%

13. O material utiliza tabelas simples. A informação nas linhas é clara e breve e as colunas têm cabeçalhos	N/A
14. O material identifica pelo menos uma ação que o utilizador pode fazer	52%
15. O material dirige-se diretamente ao utilizador ao descrever ações	36%
16. O material decompõe cada ação em passos explícitos e executáveis	19%
17. Aos quadros, gráficos, tabelas ou diagramas apresentados estão associadas explicações, que auxiliam na realização de ações	N/A

Fonte: Os autores, adaptado de Brito, 2021.

Ao se levar consideração o limite de 70% para que o material seja considerado compreensível ou acionável, isto é, que uma pontuação PEMAT de 70% ou menos é considerada pouco compreensível ou pouco acionável (Brito, 2021), observa-se que 79% das postagens eram pouco compreensíveis, e 76% pouco acionáveis, conforme representado no gráfico 1.

Gráfico 1: Resultados PEMAT: Compreensibilidade e Acionabilidade



Fonte: Elaborado pelos autores, 2024

5 DISCUSSÃO

De acordo com os resultados obtidos, observou-se que a amostra foi predominante feminina (83,3%) indo em consonância com o que foi indicado por Barros et al. (2013); Da silva et al. (2024). Em relação à autodeclaração, 19% dos odontólogos se declararam brancos (63,3%), corroborando com o que foi encontrado pelo Conselho Federal de Odontologia, no Brasil, no ano de 2021, 55,8% dos dentistas se declararam como brancos.

A faixa etária encontrada no presente estudo se apresentou de forma heterogênea, não tendo uma discrepância entre os resultados. Isto discorda dos achados de Barros, et al. 2013, o qual apresentou faixa etária predominante entre 31-40 anos. Esses autores também demonstraram que a grande maioria dos graduados são originários de IES públicas (84,6%). Em contrapartida, na presente pesquisa observou-se que 73,3% dos participantes se formaram em uma instituição privada. Esta diferença pode ser reflexo da maior quantidade de universidades privadas em exercício no país atualmente. Conforme o CFO, houve um aumento de 87% no número de Instituições de Ensino Superior de 2015 a 2019. Este aumento representa uma preocupação para este órgão devido à grande quantidade de profissionais inseridos no mercado de trabalho, atrelado ao crescimento indiscriminado de cursos de graduação. Atualmente, o Brasil conta com 624 faculdades que ofertam a graduação em odontologia, sendo 529 dessas privadas com fins lucrativos. Apesar desse cenário, 76,7% dos odontólogos do presente estudo relataram considerar sua formação adequada com o mercado de trabalho. Logo, é importante assegurar que a qualidade do ensino nas Instituições de Ensino Superior esteja alinhada com as exigências do mercado de trabalho para os futuros dentistas.

Ainda, os dados obtidos nesta pesquisa revelaram que a maioria dos profissionais possuem um tempo médio de formação inferior a dez anos, e destes, 40% têm menos de cinco anos de experiência. Isto mostra que é fundamental discutir e analisar o ingresso desses profissionais no mercado e quais seriam as condições e os desafios que podem enfrentar. Esta reflexão é essencial para entender como o crescimento no número de novos cirurgiões-dentistas pode criar desafios para sua inserção no mercado de trabalho e, por conseguinte, impactar sua satisfação financeira na profissão (Fontes et al., 2023).

Grande parte dos participantes desta pesquisa relatou que seu ganho médio mensal é de até 5 salários, e que estão financeiramente satisfeitos. Esses achados estão em consonância com o perfil dos egressos do curso de odontologia estudado por Ferraz et al., 2018. Além disso, a maioria dos odontólogos trabalhavam até 44 horas semanais, eram autônomos, atendiam em consultório próprio, e consideravam adequada a formação para o mercado de trabalho.

No tocante à área de Harmonização Orofacial, a presente pesquisa indicou que grande parte dos dentistas não possuem cadastro em HOF no Conselho Federal de Odontologia. Aqueles que se habilitaram em HOF o fizeram através de cursos de imersão, que apresentam uma carga horária mínima de 8 horas. Isto gera preocupação para os órgãos regulamentadores, uma vez que a maioria desses profissionais está realizando procedimentos estéticos de Harmonização Orofacial tendo uma formação reduzida.

De acordo com a resolução CFO-198, de 29 de janeiro de 2019 as áreas de competência do cirurgião-dentista especialista em Harmonização Orofacial incluem: fazer uso da toxina botulínica, preenchedores faciais e agregados leucoplaquetários autólogos na região orofacial e em estruturas anexas e afins; fazer a intradermoterapia e o uso de biomateriais indutores percutâneos de colágeno com objetivo de harmonizar os terços superior, médio e inferior da face, na região orofacial e estruturas relacionadas e realizar procedimentos biofotônicos e/ou laserterapia na sua área de atuação. A atuação do cirurgião-dentista na área da estética facial representa uma importante conquista para a ampliação do escopo de atuação desses profissionais, permitindo-lhes uma abordagem mais integrada e abrangente da estética do paciente. O cirurgião-dentista, entre os profissionais da saúde, é aquele com o maior conhecimento e expertise nos conceitos relacionados à face, sua anatomia e estética, devido ao extenso estudo e prática contínua nessas áreas. Essa maior experiência qualifica o dentista a contribuir de forma significativa para tratamentos estéticos faciais, promovendo resultados que vão além da saúde bucal, abrangendo a harmonia e a funcionalidade da face como um todo.

Já a Resolução CFO-230, de 14 de agosto de 2020 determina quais procedimentos são vedados ao cirurgião-dentista como: Alectomia; Blefaroplastia; Cirurgia de castanhares ou lifting de sobrancelhas; Otoplastia; Rinoplastia e Ritidoplastia ou Face Lifting. Ademais a realização de propagando de procedimentos não odontológicos e alheios à formação superior em odontologia também são

proibidos, como micropigmentação de sobrancelhas e lábios, maquiagem definitiva, design de sobrancelhas, remoção de tatuagens faciais e de pescoço, rejuvenescimento de colo e mãos e tratamento de calvície e outras aplicações capilares.

Silva, Costa e Silva (2023) relataram que os cursos de harmonização, em sua maioria, são de curta duração e que as entidades promotoras devem adequar o tipo de curso (atualização, aperfeiçoamento, imersão, especialização, entre outros) à carga horária mínima exigida, já que muitas vezes tais cargas horárias não são condizentes com as necessárias, podendo gerar uma defasagem no aprendizado daqueles que realizam o curso e, conseqüentemente, profissionais menos qualificados para exercerem os serviços. Dessa forma, entende-se que é necessária uma maior regulamentação do CFO sobre esses cursos, pois muitos profissionais estão realizando atividades relacionadas a uma determinada especialização sem apresentar a inscrição no órgão competente que regulamenta a profissão. Isto pode resultar em um aumento no número de ações judiciais contra os dentistas.

Em relação aos motivos que levaram os dentistas a buscarem atuar em Harmonização Orofacial, esse estudo revelou que a maioria destes têm interesse na área estética. Isto pode ser reflexo do aumento da procura por procedimentos estéticos e pela busca da beleza, tão difundida na sociedade brasileira contemporânea (Strehlau; Claro; Neto, 2015).

Nessa perspectiva, o aumento da HOF, nos últimos anos, principalmente entre as mulheres conforme indicado no presente estudo e em outros, revela que estas podem sofrer uma maior influência dos padrões de beleza socialmente “aceitos”, isto é, no rosto magro e “harmônico”, que os homens. Além disso, as mulheres produzem e reproduzem esses padrões no cotidiano dos seus serviços, e por meio das redes sociais. Nesse sentido, até que ponto a odontologia tem se distanciado da saúde e se aproximado da estética. Assim, Como afirmam Polli, Joaquim e Tagliamento (2021), na sociedade contemporânea a magreza é o padrão mais desejado pelas mulheres e a mídia tem um papel preponderante na sua (re)produção. Os achados da revisão sistemática realizada por Martins et al., 2023 mostraram que os padrões de beleza apresentaram uma evolução ao longo da história, sendo que a sociedade acaba valorizando mais o estereótipo externo das pessoas como uma validação social. Atualmente, a influência das redes e mídias sociais como o *Instagram* apresentam um papel crucial para criar um padrão estético

irreal, que, muitas vezes, causa insatisfação e baixa autoestima nas pessoas, podendo afetar a saúde física e mental destas, e alimentar ainda mais a procura por procedimentos de beleza, com o intuito de se adequarem a esse “padrão de beleza” propagado pelas mídias.

Dentro desse contexto, deve-se avançar na discussão sobre até que ponto a harmonização orofacial deixa de ser recomendada por questões de saúde e se torna algo apenas relacionado à estética, ao objeto de consumo e à perfeição sem precedentes. Como relataram Ribeiro e Georjutti, (2024), os procedimentos realizados na HOF também desempenham papéis de funcionalidade, por exemplo, no sistema estomatognático do paciente. Isto pode contribuir para melhora da mastigação, da fala e da autopercepção, aumentando a autoconfiança deste.

Assim, a realização racional dos procedimentos realizados pela Harmonização Orofacial como abordado pelas autoras reside em preceitos éticos, na responsabilidade profissional, na qual os cirurgiões-dentistas devem avaliar individualmente cada caso e indicar apenas os procedimentos realmente necessários, e na autonomia dos pacientes para a tomada de decisões seguras e conscientes.

Além da estética, um outro motivo que o presente estudo mostrou para os odontólogos buscarem atuar em HOF foi o retorno financeiro que esta especialidade pode trazer. No ano de 2020, o Google Trends apresentou um aumento de 540% na busca pelo termo “harmonização facial” tendo uma crescente por parte dos pacientes, que procuraram se beneficiar desse serviço, bem como dos profissionais, que pretendiam se qualificar para atender essa demanda e, conseqüentemente obter um retorno financeiro, considerando que há maior procura para este serviço (Silva et al., 2023).

Quanto à divulgação nas redes sociais, uma grande parte dos participantes da presente pesquisa utilizam *Instagram* para realizarem esta divulgação, e os próprios profissionais que fazem a alimentação das suas redes sociais. Isto corrobora com os achados de Da Silva et al. (2024), que afirmam que os dentistas estão se esforçando para se destacar na plataforma *Instagram*, por meio de conteúdos atrativos, pertinentes e interativos que buscam promover a saúde bucal. Assim, esses profissionais visam atrair novos pacientes, aumentar a visibilidade de suas clínicas, investir em marketing especializado e, fortalecer sua posição no mercado.

Além disso, segundo esses autores o compartilhamento no perfil profissional dos resultados de procedimentos realizados torna-se vantajoso financeiramente tanto na Odontologia quanto em outras áreas da saúde, uma vez que a divulgação dos casos traz maior credibilidade, na maioria das vezes, ao profissional e, conseqüentemente, atraindo futuros clientes para seu mercado. Essa estratégia permite que os profissionais convençam o público das suas competências e habilidades. Dessa forma, informa os pacientes sobre os procedimentos disponíveis e inspira aqueles que desejam melhorar sua saúde bucal, através de uma abordagem de *marketing* eficaz que alcança um público amplo e também pode humanizar a prática odontológica, criando conexões pessoais com os pacientes.

Ainda, a análise do perfil no *Instagram* dos odontólogos revelou que a metade desses profissionais se apresentaram em seus perfis como profissionais, segundo indicado pela própria rede social. Entretanto, dentre aqueles que não se definiram como um perfil profissional, foi possível identificar um número significativo de postagens com conteúdo educativo e profissional. Costa e colaboradores (2022) afirmaram que a rede social facilita a propagação de informações de cunho científico, pois possui uma grande representatividade e influência na sociedade por adesão ao público, destacando-se como uma das principais mídias digitais de interação virtual entre pessoas.

Todavia, uma pesquisa realizada com os alunos e os profissionais da odontologia revelou que os estudantes frequentemente consideravam as informações disponíveis nas redes sociais como potencialmente duvidosas, pois poderiam divergir do conhecimento adquirido no ambiente acadêmico. De maneira semelhante, os profissionais dessa área identificavam a principal limitação dessas plataformas como a falta de garantia da veracidade das informações publicadas, já que não há um mecanismo que permita distinguir entre dados precisos e incorretos (Sharka et al., 2021). Dessa forma, o público leigo que utiliza as redes sociais deve saber discernir e observar quais informações são verdadeiras ou falsas, buscando fontes mais seguras e confiáveis. Em relação aos profissionais que divulgam tais informações, cabe a eles transmitir informações verídicas e com embasamento científico para que assim atuem na educação em saúde através das redes sociais.

Ademais, na presente pesquisa foi possível analisar que os perfis apresentaram em média 15.330 seguidores, o que é considerado um perfil de influenciador digital por Vieira (2019). Esses perfis podem influenciar a vida das

peças e, conseqüentemente, difundir informações não compreensíveis e acionáveis para a população, como foi observado pela análise PEMAT, e encontrado por Vieira (2019). Este autor observou que as informações consideradas adequadas e relevantes do ponto de vista técnico representavam uma minoria, e que uma grande parte das informações era considerada irrelevante para o intuito de educar o público leigo, enquanto outra parte era considerada inadequada.

Nesse sentido, odontólogo tem um papel central no cuidado em saúde no tocante à HOF, ele deve sempre alertar o paciente sobre os possíveis resultados do procedimento desejado, e utilizar as redes sociais como ferramenta de educação em saúde, de modo a orientar as pessoas sobre saúde bucal e a promoção desta.

Assim, a relevância deste estudo deve-se ao fato de pensar a HOF enquanto questão de estética e de saúde, que pode ser utilizada para devolver a autoestima e a funcionalidade às pessoas. Mas, por outro lado, pode fomentar um consumo exagerado de procedimentos estéticos disseminado pelas mídias, dentre elas as redes sociais, alimentando o mercado.

O estudo apresentou limitações referentes ao número da amostra, o que impossibilita o estabelecimento de relações e generalizações significativas a partir dos dados encontrados. Entretanto, mesmo com um número amostral reduzido, os achados deste estudo foram ao encontro dos achados de outras pesquisas que apresentaram uma amostra maior.

6 CONCLUSÃO

Os achados desse estudo revelaram que na HOF há o predomínio de mulheres jovens, brancas, cisgênero e heterossexuais, condizendo com os outros estudos que revelaram um predomínio de profissionais do sexo feminino, na área de estética e de HOF. Em relação à análise das mídias sociais, se observou como o perfil dos profissionais não buscam transmitir informações fidedignas sobre a harmonização orofacial, suas vantagens e desvantagens, quais são casos realmente precisam de um procedimento desse tipo, mas se concentram em demonstrar “antes x depois” dos pacientes e, conseqüentemente, ajudando na disseminação de um padrão de beleza e, assim, incentivando cada vez mais pessoas a interessarem por esses procedimentos. Dessa forma, entendemos que nas postagens que são publicadas pelos profissionais da área, eles não procuram realizar uma educação em saúde, mas sim a promoção de seus serviços com o intuito de alavancar sua clientela e ter um retorno financeiro através dessas publicações.

Nesse sentido, o delineamento do perfil dos odontólogos atuantes na região sudeste do Brasil permite responder a indagação feita pelo título deste trabalho: “HOF somos todos iguais?”. Acredita-se que sim, uma vez que, cada vez mais a busca por um padrão estético está sendo procurado e vivenciado nas redes sociais, nas quais as pessoas estão querendo ser parecidas umas com as outras e/ou com celebridades, buscando uma aprovação maior da sociedade em que faz parte, sendo que essa busca, na maioria das vezes, está atrelada aos procedimentos de Harmonização Orofaciais.

Logo, é necessário que os cursos de graduação da IES incluam e fomentem ainda mais nas diretrizes curriculares disciplinas relacionadas às ciências sociais e à saúde coletiva principalmente nos anos iniciais dos cursos da área de saúde, principalmente quando se leva em consideração as raízes da odontologia, numa formação tecnicista. É preciso ir além de uma visão crítica, reflexiva e humanista, e pensar sob olhar da transdisciplinaridade.

Além disso, é fundamental que os órgãos que regulamentam a profissão estejam atentos aos conteúdos publicados nas redes sociais, uma vez que, em sua maioria, estes não se mostraram compreensíveis e acionáveis ao público leigo. Essa última questão vem sendo debatida mais rigorosamente pelo CFO, mas ainda há a

necessidade de mais orientações aos profissionais sobre como essas informações devem ser divulgadas ao público.

REFERÊNCIAS

1. ALMEIDA, Marina Dórea de; FARIAS, Arthur Costa Rodrigues; BITTENCOURT, Marcos Alan Vieira. Influência do posicionamento sagital mandibular na estética facial. **Dental Press Journal of Orthodontics**, v. 15, p. 87-96, 2010.
2. BARROS, Alina Lúcia Oliveira; DOS ANJOS HORA, Ignez Aurora; DOS SANTOS, Maria Teresa Botti Rodrigues. Análise do perfil do profissional cirurgião-dentista que atende pacientes com necessidades especiais. **Revista Brasileira de Pesquisa em Saúde/Brazilian Journal of Health Research**, v. 15, n. 3, 2013.
3. BRITO, Marisa. Avaliar materiais de comunicação em saúde melhora literacia em saúde:: Tradução e adaptação transcultural do instrumento PEMAT para Portugal. **Jornal De Investigação Médica (JIM)**, 2(1), 005–028, 2021. <https://doi.org/10.29073/jim.v2i1.293>
4. CONSELHO FEDERAL DE ODONTOLOGIA. CFO reforça necessidade do Ministério da Educação suspender autorizações para abertura de novos cursos de odontologia. [S. l.], 28 jan. 2019. Disponível em: <https://website.cfo.org.br/cfo-reforca-necessidade-do-ministerio-da-educacao-suspender-autorizacoes-para-abertura-de-novos-cursos-de-odontologia/>. Acesso em: 17 maio 2024.
5. CONSELHO FEDERAL DE ODONTOLOGIA. **Resolução nº 198, de 29 de janeiro de 2019**. Reconhece a Harmonização Orofacial como especialidade odontológica, e dá outras providências. Brasília, 29 jan. 2019. Disponível em: <https://sistemas.cfo.org.br/visualizar/atos/RESOLU%C3%87%C3%83O/SEC/2019/198>. Acesso em: 7 set. 2024.
6. CONSELHO FEDERAL DE ODONTOLOGIA. **Resolução nº 230, de 14 de agosto de 2020**. Regulamenta o artigo 3º, da Resolução CFO-198/2019. Brasília, 14 ago. 2020. Disponível em: <https://transparencia.cfo.org.br/ato-normativo/?id=3327>. Acesso em: 7 set. 2024.
7. COSTA, Bárbara Regina Lopes. Bola de Neve Virtual: O Uso das Redes Sociais Virtuais no Processo de Coleta de Dados de uma Pesquisa Científica. **Revista Interdisciplinar de Gestão Social**, v. 7, n. 1, p. 15-37, 2018. Disponível em: <https://periodicos.ufba.br/index.php/rigs/article/view/24649>.
8. COSTA, Cristiane Maria Amorim et al. Instagram como instrumento de educação em saúde e cidadania para transexuais: relato de experiência. **Global Academic Nursing Journal**, v. 3, n. spe.3, e317, 2022. Disponível em: <https://dx.doi.org/10.5935/2675-5602.20200317>.
9. CRUZ, G. Soares; BREDA, P. L. de C. L. Os impactos da harmonização orofacial na odontologia: necessidade x vaidade. **Brazilian Journal of Health Review**, v. 4, n. 6, p. 26571-26580, 2021. DOI: 10.34119/bjhrv4n6-234. Disponível em:

<https://ojs.brazilianjournals.com.br/ojs/index.php/BJHR/article/view/40328>. Acesso em: 19 jul. 2024.

10. DA SILVA, Raíza de Souza; MATOS, Patrícia Elizabeth Souza; LOPES, Cláudia Ribeiro Santos. Análise cognitiva em perfis de Cirurgiões-Dentistas na rede Instagram, a partir do modelo Anco-Redes. **Research, Society and Development**, v. 13, n. 1, 2024. DOI: <http://dx.doi.org/10.33448/rsd-v13i1.44754>. Disponível em: <https://rsdjournal.org/index.php/rsd/article/view/44754>. Acesso em: 24 abr. 2024.
11. MARTINS, Arienne de Souza et al. Os efeitos da busca pela perfeição estética e os riscos que podem causar à saúde: revisão de literatura. **Revista Ibero-americana de Humanidades, Ciências e Educação**, v. 9, n. 9, p. 4085-4097, 2023..
12. FERRAZ, Maria Ângela Arêa Leão et al. Perfil dos egressos do curso de Odontologia da Universidade Estadual do Piauí. **Revista da ABENO**, v. 18, n. 1, p. 56-62, 2018. DOI: <https://doi.org/10.30979/rev.abeno.v18i1.392>. Disponível em: <https://revabeno.emnuvens.com.br/revabeno/article/view/392>. Acesso em: 30 abr. 2023.
13. FONTES, Luciana de Barros Correia et al. Challenges in the training of Dentistry students in public universities in Brazil. **Seven Editora**, 2024.
14. IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA . **Censo Brasileiro de 2022**. Rio de Janeiro: IBGE, 2022
15. LEITE, Thaisa Nascimento Ramalho et al. A harmonização orofacial como uma nova especialidade da odontologia: aspectos legais. **Research, Society and Development**, v. 11, n. 2, p. 1-10, 2022. DOI: <http://dx.doi.org/10.33448/rsd-v11i2.25357>. Disponível em: <https://rsdjournal.org/index.php/rsd/article/view/25357>. Acesso em: 18 abr. 2023.
16. MACHADO, Ana Luísa Rezende; SILVA, Ricardo Henrique Alves da. Conhecimento de graduandos em Odontologia sobre a Harmonização Orofacial. **Revista da ABENO**, v. 20, n. 2, p. 16-25, 2020. DOI: [10.30979/rev.abeno.v20i2.904](https://doi.org/10.30979/rev.abeno.v20i2.904). Disponível em: <https://revabeno.emnuvens.com.br/revabeno/article/view/904>. Acesso em: 20 abr. 2023.
17. POLLI, Gislei Mocelin; JOAQUIM, Bianca Oliveira; TAGLIAMENTO, Grazielle. Representações sociais e práticas corporais: influências do padrão de beleza. **Arquivos Brasileiros de Psicologia**, Rio de Janeiro, v. 73, ed. 3, p. 54-69, 2021. DOI 10.36482/1809-5267.ARB2021v73i3p.54-69. Disponível em: <https://pepsic.bvsalud.org/pdf/arb/v73n3/05.pdf>. Acesso em: 18 ago. 202
18. RIBEIRO, Maria Clara Leandro; GEORJUTTI, Renata. A importância do uso racional da harmonização orofacial: revisão de literatura. **E-Race-Revista da Reunião Anual de Ciência e Extensão**, v. 13, n. 13, 2024.

19. SHARKA, Rayan et al. Identifying risk factors affecting the usage of digital and social media: a preliminary qualitative study in the dental profession and dental education. **Dentistry Journal**, v. 9, n. 53, p. 1-12, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.3390/dj9050053>.
20. SILVA, Ana Flávia de Sousa et al. "A magreza como normal, o normal como gordo": reflexões sobre corpo e padrões de beleza contemporâneos. **REFACS: Revista Família, Ciclos de Vida e Saúde ao Contexto Social**, [s. l.], v. 6, n. 2318-8413, ed. 4, p. 808-813, 5 nov. 2018. DOI 10.18554/refacs.v6i4.3296. Disponível em: <https://seer.uftm.edu.br/revistaeletronica/index.php/refacs/article/view/3296>. Acesso em: 18 ago. 2024.
21. SILVA, Dayane Araújo da; COSTA, João Victor Moraes; SILVA, Mainardo Filho Paes da. Responsabilidade civil nos procedimentos estéticos odontológicos: uma análise frente a harmonização orofacial e as lentes de contato. **JNT Facit Business and Technology Journal**, Tocantins, v. 01, n. 42, p. 326-350, 2023.
22. SILVA, Gisselly Maria Campos da et al. Caracterização dos cursos de harmonização orofacial ofertados em um município do estado do Paraná. **Research, Society and Development**, v. 10, n. 17, 2021. DOI: <https://doi.org/10.33448/rsd-v10i17.24660>. Disponível em: <https://rsdjournal.org/index.php/rsd/article/view/24660>. Acesso em: 13 jun. 2024.
23. STREHLAU, Vivian Iara; CLARO, Danny Pimentel; LABAN NETO, Silvio Abrahão. A vaidade impulsiona o consumo de cosméticos e de procedimentos estéticos cirúrgicos nas mulheres? Uma investigação exploratória. **Revista de Administração**, São Paulo, v. 50, n. 1, p. 73-88, jan./fev./mar. 2015.
24. VIEIRA, Julia Elisa Martins. **O uso de influenciadores digitais na odontologia**. 2019. 15 p. Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Odontologia) – Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2019.