

# O tratamento estético impacta positivamente a percepção social: análise dos sujeitos do estudo HARMONY

Steven Dayan, médico; Alexander Rivkin, médico; Jonathan M. Sykes, MD; Craig F. Teller, MD, FAAD; Susan H. Weinkle, médica; Garrett T. Shumate, BS; e Conor J. Gallagher, PhD

Aesthetic Surgery Journal 2019, Vol 39(12) 1380–1389 © The Author(s) 2018. Publicado pela Oxford University Press em nome da The Aesthetic Society. Todos os direitos reservados. Para obter permissões, envie um e-mail para: journals.permissions@oup.com

DOI: 10.1093/asj/sjy239  
www.aestheticsurgeryjournal.com

**OXFORD**  
UNIVERSITY PRESS

## Abstrato

**Fundo:** O impacto dos tratamentos estéticos faciais não só melhora a aparência física, mas também o bem-estar psicológico. Conseqüentemente, os resultados relatados pelos pacientes são cada vez mais utilizados como uma medida importante do sucesso do tratamento. Os resultados relatados pelos observadores são uma medida relevante, mas muitas vezes negligenciada, do benefício do tratamento.

**Objetivos:** Os autores tiveram como objetivo avaliar o impacto do tratamento estético panfacial na percepção de um indivíduo em diversos contextos sociais. **Métodos:** Um total de 2.000 homens e mulheres (com idades entre 18 e 65 anos) participaram de um estudo on-line projetado para capturar a percepção social do observador cego sobre pacientes pré-tratamento e pós-tratamento que receberam tratamento estético panfacial no estudo HARMONY. Foram avaliadas percepções relevantes sobre traços de caráter, idade, atratividade e status social. Os observadores foram divididos em 2 grupos. Os entrevistados com imagem única (n = 1.500) visualizaram 6 imagens únicas e aleatórias de pacientes (3 pré-tratamento, 3 pós-tratamento) e os entrevistados com imagens pareadas (n = 500) visualizaram 6 pares de imagens pré-tratamento e pós-tratamento.

**Resultados:** Os entrevistados de imagem única relataram significativamente ( $P < 0,05$ ) níveis mais elevados de concordância de que os indivíduos pós-tratamento pareciam possuir traços de caráter mais positivos (por exemplo, saudáveis e acessíveis), eram mais aptos socialmente, mais jovens, mais atraentes, mais bem-sucedidos em atrair outras pessoas e possuíam um status social mais elevado. Os entrevistados de imagens pareadas também relataram um nível mais alto de concordância para imagens pós-tratamento alinhadas com traços de caráter positivos, representativos de um indivíduo mais jovem e atraente, e com um status social mais elevado.

**Conclusões:** Os resultados sugerem que o impacto positivo do tratamento panfacial minimamente invasivo vai além da melhoria da aparência física e destaca a importância da percepção social e dos resultados relatados pelo observador na medicina estética.

Data da Decisão Editorial: 4 de setembro de 2018; publicação online antes da impressão em 15 de setembro de 2018.

A natureza e o resultado de nossas interações sociais cotidianas são grandemente influenciados pela comunicação não-verbal face a face. A aparência facial influencia tanto a forma como um

indivíduo se apresenta e como essa apresentação é percebida pelos outros.<sup>1,2</sup> A comunicação ativa, como a inclinação da cabeça ou um sorriso, ajuda a orientar as pessoas de forma positiva e positiva.

Dr. Dayan é professor assistente clínico do Departamento de Otorrinolaringologia da Universidade de Illinois, Chicago, IL, e diretor da DeNova Research, Chicago, IL. Dr. Rivkin é professor clínico assistente, David Geffen/UCLA School of Medicine, Los Angeles, CA. Dr. Sykes é professor e diretor de cirurgia plástica facial e reconstrutiva, UC Davis Medical Group, Sacramento, CA. Dr. Teller é dermatologista com consultório particular em Bellaire, TX. Dr. Weinkle é Professor Clínico Afilhado de Dermatologia, Universidade do Sul da Flórida, Tampa, FL. Shumate era o responsável pelos Assuntos Médicos

O Conselheiro Científico dos EUA e o Dr. Gallagher eram Diretor Executivo de Assuntos Médicos, Líder Global de Estética Facial na Allergan plc (Irvine, CA) no momento da preparação do manuscrito.

### Autor correspondente:

Dr Steven Dayan, Divisão de Cirurgia Plástica Facial e Reconstrutiva, Departamento de Otorrinolaringologia, Universidade de Illinois, 845 North Michigan Ave, Suite 923, Chicago, IL 60611, EUA.  
E-mail: [sdayan@drdayan.com](mailto:sdayan@drdayan.com); Twitter: [@drdayan](https://twitter.com/drdayan)

percepções negativas. No entanto, mesmo em repouso, a aparência facial ainda pode comunicar-se passivamente através de linhas de expressão, rugas ou perda de contorno.<sup>24</sup> Os sinais de envelhecimento facial intrínseco e extrínseco podem não só fazer um indivíduo parecer mais velho, mas também comunicar mal um humor de tristeza ou raiva, potencialmente sabotando a apresentação pessoal positiva, bem como as interações sociais, as percepções sociais e, em última análise, a auto-estima.<sup>5-8</sup>

As primeiras impressões podem ter um impacto de longo alcance na forma como um indivíduo é tratado pelos outros.<sup>9-11</sup> Indivíduos com características faciais atraentes são frequentemente vistos de uma forma mais positiva e presume-se que possuem atributos positivos que vão além da aparência física (por exemplo, maior intelecto, status social e caráter moral).<sup>12,13</sup> Esse benefício abrangente contribui muito para apoiar os reais motivos subjacentes à busca do tratamento estético; talvez não se trate tanto de vaidade, mas de alcançar o bem-estar psicológico através de um melhor funcionamento social.<sup>14-16</sup> O consenso do clínico estético sobre os motivos dos pacientes reflete esse sentimento; pois muitos observam que os pacientes são psicologicamente impactados pela sua aparência e antecipam um resultado em que a sua autoconfiança e sensação de bem-estar serão melhoradas.<sup>17,18</sup>

O campo da medicina estética ainda está em evolução e as iniciativas para qualificar os resultados psicossociais através de medidas relatadas pelos pacientes ganharam terreno nos últimos 5 anos.<sup>19,20</sup> Uma variedade de questionários validados avaliam agora muitos dos resultados subjetivos relatados pelo paciente (PROs) impactados pelo tratamento.<sup>21,22</sup> No entanto, um aspecto muito importante do resultado do tratamento que raramente é considerado ou medido é a forma como o impacto do tratamento no paciente é percebido pelos outros.<sup>23</sup> Além do olhar treinado do médico e das autopercepções do paciente, uma mudança na percepção social do paciente pode potencialmente ter um impacto significativo em sua vida.<sup>24</sup> À luz do que a investigação nos diz sobre as atitudes sociais em relação à atratividade, a medida do resultado relatado pelo observador (ORO) pode fornecer uma visão abrangente sobre o alcance do impacto do tratamento.

Muitas das pesquisas que demonstram mudanças na percepção social de um indivíduo associadas ao tratamento derivam de campos de pesquisa díspares (por exemplo, cirurgia craniomaxilofacial).<sup>25,26</sup> Mais recentemente, estudos sobre resultados de cirurgias plásticas faciais começaram a incorporar a avaliação da percepção social do observador.<sup>27-30</sup> As evidências que quantificam este aspecto do benefício do tratamento são mais limitadas no que diz respeito aos tratamentos não cirúrgicos e minimamente invasivos, e os poucos estudos que examinaram as percepções sociais concentraram-se nos resultados do tratamento de 1 a 2 áreas de cada vez (por exemplo, linhas da testa, dobras nasolabiais, glabella). No entanto, foram demonstradas primeiras impressões e percepções positivas de idade, saúde e atratividade pós-tratamento.<sup>31-33</sup>

Assim como as percepções pessoais e sociais são baseadas em todo o rosto e não apenas em uma característica, as medidas ORO podem

seriam mais úteis se também fossem baseados em uma visão abrangente do rosto e não vinculados a um recurso ou qualidade. A tendência atual de uma abordagem panfacial para o rejuvenescimento facial minimamente invasivo está ganhando terreno, e os OROs mostram que esta abordagem pode ter mais impacto na percepção de idade, saúde e atratividade do que abordagens de área de tratamento única.<sup>33</sup> Até o momento, nenhum estudo de nosso conhecimento avaliou o impacto do tratamento panfacial minimamente invasivo nas percepções sociais que vão além do aprimoramento de uma aparência jovem e atraente.

HARMONY foi o primeiro estudo a avaliar sistematicamente os impactos psicossociais do tratamento estético que vão além da melhoria física por meio de uma série de medidas de resultados validadas relatadas pelos pacientes.<sup>34,35</sup> O estudo empregou uma combinação de tratamentos minimamente invasivos, incluindo preenchimentos dérmicos de ácido hialurônico, onabotulinumtoxinA e um produto para crescimento de cílios. As áreas de tratamento elegíveis no rótulo incluíam face média, sulcos nasolabiais, comissuras orais, linhas periorais, linhas de marionete, linhas radiais das bochechas, linhas de pés de galinha, complexo glabellar e cílios. Esta abordagem multimodal é única porque, em vez de tratar áreas individuais da face de forma autônoma, pretende tratar múltiplas áreas no contexto da aparência facial geral. Além do benefício clínico observado, os PROs deste estudo demonstraram como a abordagem panfacial utilizada no HARMONY rendeu benefícios físicos, sociais e psicológicos significativos aos pacientes. Os investigadores relataram melhorias pós-tratamento na gravidade de todas as áreas faciais tratadas com base em escalas fotonuméricas validadas. Da mesma forma, os pacientes relataram melhorias significativas em uma série de parâmetros psicossociais usando os parâmetros validados do FACE-Q.<sup>35</sup> O conjunto de fotografias padronizadas de pré e pós-tratamento de pacientes representou uma oportunidade valiosa para explorar ainda mais o benefício do tratamento estético panfacial, medindo seu impacto em uma escala mais ampla de percepções sociais relatadas por observadores.

O presente estudo foi projetado para capturar as percepções sociais de observadores cegos, obtidas por imagens pré-tratamento e pós-tratamento de pacientes que receberam tratamento panfacial minimamente invasivo no estudo HARMONY. As percepções do observador relevantes para uma variedade de dimensões psicossociais foram exploradas, incluindo traços de caráter, status social, bem como características mais tradicionais, como idade e atratividade.

## MÉTODOS

### Desenho do Estudo e Seleção dos Participantes

Um estudo de pesquisa online conduzido pelo Nielsen Research Group foi desenvolvido para avaliar até que ponto o tratamento estético minimamente invasivo influenciou a percepção social dos indivíduos com base apenas na aparência facial.

As imagens utilizadas no estudo consistiram em imagens padronizadas de referência e 4 meses pós-tratamento de pacientes (com idades entre 35 e 65 anos) que completaram o estudo HARMONY. As imagens dos pacientes consistiam em uma visão facial frontal com expressão neutra. As imagens foram excluídas se existissem inconsistências substanciais não relacionadas ao tratamento entre as imagens de antes e depois, como presença de maquiagem ou mudanças no penteado ou na cor.

O processo de seleção resultou na inclusão de 84 pacientes (168 imagens) para esta análise. Noventa e cinco por cento dos pacientes eram do sexo feminino (80 de 84), com idade média de 52,4 anos (variação de 37 a 65 anos). A maioria era caucasiana (84,5%), enquanto os restantes eram hispânicos (10,7%), negros ou afro-americanos (2,4%), asiáticos (1,2%) e índios americanos ou nativos do Alasca (1,2%). Os convites para participar do estudo on-line foram enviados a homens e mulheres com idade entre 18 e 65 anos que já eram participantes de painéis on-line. Os dados demográficos foram ponderados por localização geográfica e sexo para garantir que o painel fosse representativo dos dados demográficos da população dos EUA.<sup>36</sup>

As entrevistas foram inicialmente realizadas para avaliar uma amostra da interpretação das questões pelos entrevistados. As entrevistas também garantiram que houvesse um número adequado de fotografias e perguntas por grupo de entrevistados para evitar fadiga e avaliar a facilidade geral de uso da interface online. Os entrevistados foram divididos em dois grupos únicos: aqueles que pretendiam representar interações sociais aleatórias e passageiras e aqueles que representavam interações dentro de círculos sociais próximos. Os entrevistados foram solicitados a visualizar imagens de rostos de indivíduos e preencher um questionário indicando sua percepção do indivíduo em relação aos atributos que o indivíduo parecia possuir ou não em uma variedade de diferentes dimensões sociais. Todos os potenciais entrevistados foram informados sobre o objetivo do estudo, o caráter voluntário da participação, a manutenção da confidencialidade e o reembolso do tempo de participação. Este estudo foi aprovado por um Conselho de Revisão Institucional central (Schulman Associates IRB, Cincinnati, OH) e foi realizado em setembro de 2016.

## Medidas

Os entrevistados do estudo foram divididos em 1 de 2 grupos, cada grupo representando uma percepção específica do observador do modelo. Os entrevistados com imagem única visualizaram fotografias de pacientes HARMONY selecionadas aleatoriamente como imagens únicas, enquanto os entrevistados com imagens pareadas visualizaram pares de imagens pré-tratamento e pós-tratamento.

### **Respondentes de imagem única**

Um total de 1.500 entrevistados visualizaram aleatoriamente imagens únicas de 6 indivíduos, consistindo de 3 imagens de pré-tratamento e 3 de pós-tratamento, mas nunca visualizaram ambas as imagens de pré-tratamento.

e imagens pós-tratamento de um único indivíduo. A intenção por trás de restringir a visualização de cada rosto a uma única imagem não pareada era eliminar uma referência básica e a propensão de fazer escolhas com base em comparações. O questionário associado foi elaborado para suscitar percepções que podem representar interações sociais fugazes. A cada imagem visualizada, os entrevistados foram solicitados a indicar seu nível de concordância com uma série de traços de caráter usando uma escala de 1 (discordo totalmente) a 8 (concordo totalmente). Os traços de caráter incluíam uma variedade de atributos (por exemplo, amigável, acessível e saudável), bem como atratividade (Apêndice A). Os entrevistados também avaliaram a idade do indivíduo, o sucesso do indivíduo em atrair outras pessoas e o nível de educação, ocupação e renda do indivíduo (Apêndice B).

### **Respondentes de imagens pareadas**

Um total de 500 entrevistados visualizaram as imagens emparelhadas de pré e pós-tratamento de 6 indivíduos e indicaram de forma binária quais das imagens em cada par combinavam mais com cada característica. Os traços de caráter incluíam uma variedade de atributos (por exemplo, amigável, acessível e saudável), bem como atratividade (apêndice C). A intenção por trás de permitir a visualização de pares de imagens pré-tratamento e pós-tratamento era suscitar percepções em circunstâncias onde um visual de base estaria naturalmente disponível, refletindo uma sensação de familiaridade dentro de círculos sociais ou ocupacionais próximos. Os entrevistados também relataram qual das duas imagens representava um indivíduo que parecia mais velho, tinha maior sucesso em atrair outras pessoas, maior sucesso financeiro, um nível de educação mais elevado e seria preferível contratar para um emprego (apêndice C).

### **Atitudes dos entrevistados em relação à aceitabilidade social dos tratamentos estéticos faciais**

Após as avaliações de imagem, todos os entrevistados responderam a um questionário adicional de 8 itens elaborado para avaliar suas atitudes em relação à importância da aparência facial e da atratividade na sociedade e suas opiniões sobre a aceitação social dos tratamentos estéticos faciais. Os entrevistados indicaram seu nível de concordância com cada afirmação ou pergunta usando uma escala de 1 (discordo totalmente) a 8 (concordo totalmente).

## Análise de dados

Para dados de resposta de imagem única, a média e o desvio padrão foram calculados para proporções de seleções de imagens pré-tratamento e pós-tratamento, e os valores delta associados foram apresentados. Os valores comparando os resultados pré-tratamento e pós-tratamento foram baseados em *t* testes, e a significância estatística foi definida como  $P < .05$ . Os dados dos respondentes da imagem pareada foram apresentados de forma descritiva

**Tabela 1.** Demografia dos entrevistados do estudo

Característica	Respondentes (N=2000)	População dos EUA <sup>a</sup>
Idade média, anos	41	37
Gênero, %		
Fêmea	51	51
Macho	49	49
Raça/etnia, %		
caucasiano	66	64
hispanico	17	17
Negro/Afro-americano	13	12
Situação conjugal/união civil, %		
Casado/união civil	47	52
Nível educacional, %		
Menos que o ensino médio	11	11
Ensino médio/graduação de 4 anos	58	58
≥ diploma universitário de 4 anos	31	31
Situação de emprego, %		
Empregado	69	70
Desempregado/aposentado/estudante	23	31

<sup>a</sup>Com base em dados de pesquisas populacionais dos EUA avaliados em março de 2015.

como proporções médias de seleções de imagens pré-tratamento e pós-tratamento.

## RESULTADOS

### Respondentes do estudo

Os entrevistados do estudo eram 51% do sexo feminino e 49% do sexo masculino, com uma média de 41 anos (variação de 18 a 65 anos) (tabela 1). As características demográficas estavam alinhadas com as da população dos EUA e eram semelhantes entre os dois grupos de entrevistados.

### Percepções baseadas em impressões únicas

Um total de 1.500 entrevistados de imagem única geraram um total de 9.000 visualizações de imagens, correspondendo a pelo menos 54 entrevistados visualizando cada imagem. Os entrevistados gastaram em média 5 minutos concluindo toda a tarefa online. Os resultados indicaram, com um nível mais elevado de concordância, que as imagens pós-tratamento foram percebidas como sendo significativamente mais adeptas socialmente, bem-sucedidas em atrair outras pessoas, atraentes, amigáveis, bem-sucedidas, saudáveis e acessíveis.

em comparação com imagens de pré-tratamento ( $P<0,05$ ) (figura 1). Os entrevistados não perceberam mudanças significativas em outras características, incluindo simpatia, inteligência, confiança e gentileza nas fotografias pós-tratamento. A maior diferença nas classificações de pré-tratamento e pós-tratamento foi para a característica "A pessoa nesta imagem é alguém que tem ansiedade social" ( $P<0,05$ ), que foi classificado com maior nível de concordância para imagens pré-tratamento.

Além disso, as imagens pós-tratamento foram percebidas como significativamente mais jovens ( $P<0,05$ ) (Figura 2, à esquerda) e tendo maior sucesso em atrair outras pessoas em comparação com imagens de pré-tratamento ( $P<0,05$ ) (Figura 2, certo). Comparativamente, os indivíduos nas imagens pós-tratamento foram percebidos como sendo mais jovens em média 1,21 anos ( $P<0,05$ ) (Figura 2, esquerda). As imagens pós-tratamento também foram percebidas com mais frequência entre aqueles com formação universitária ( $P<0,001$ ) (Figura 3, esquerda), mais frequentemente como funcionários de nível gerencial ( $P<0,001$ ) (Figura 3, à direita), bem como pessoas com rendimentos mais elevados ( $P<0,05$ ) (Figura 4).

### Percepções baseadas em comparações pré-tratamento e pós-tratamento

Os entrevistados de imagens pareadas consistiram em 500 entrevistados com um total de 3.000 visualizações de imagens pareadas, correspondendo a pelo menos 36 entrevistados visualizando cada par de imagens. Os entrevistados gastaram em média 5,3 minutos concluindo toda a tarefa online. Com base em comparações de imagens emparelhadas, as imagens pós-tratamento foram selecionadas com mais frequência em termos de atratividade e características, incluindo alguém acessível, com boas habilidades sociais, inteligente, bem-sucedido, gentil, saudável e confiável. (Figura 5). As imagens pós-tratamento também foram percebidas como mais jovens, mais bem-sucedidas em atrair outras pessoas (77%), mais contratáveis (73%), mais bem-sucedidas financeiramente (74%) e mais instruídas (74%) (Figura 6). A diferença média de idade foi percebida como 4,85 anos mais jovem para imagens pós-tratamento (Figura 6).

### Atitudes dos entrevistados em relação à aceitabilidade social dos tratamentos estéticos faciais

Houve um alto nível de concordância entre os entrevistados sobre "o quão fisicamente atraente alguém é afeta o quão bem-sucedido ele será profissionalmente" e "os tratamentos estéticos faciais são uma forma socialmente aceitável de melhorar ou manter a atratividade física" (5,5 de 8,0) e que o físico a atratividade é importante para a maioria das pessoas nas suas interações sociais diárias (5,9 em 8,0) e "a sociedade dá muita ênfase à aparência física" (6,8 em 8,0) (Figura 7). Um nível mais baixo de concordância foi expresso para declarações sobre

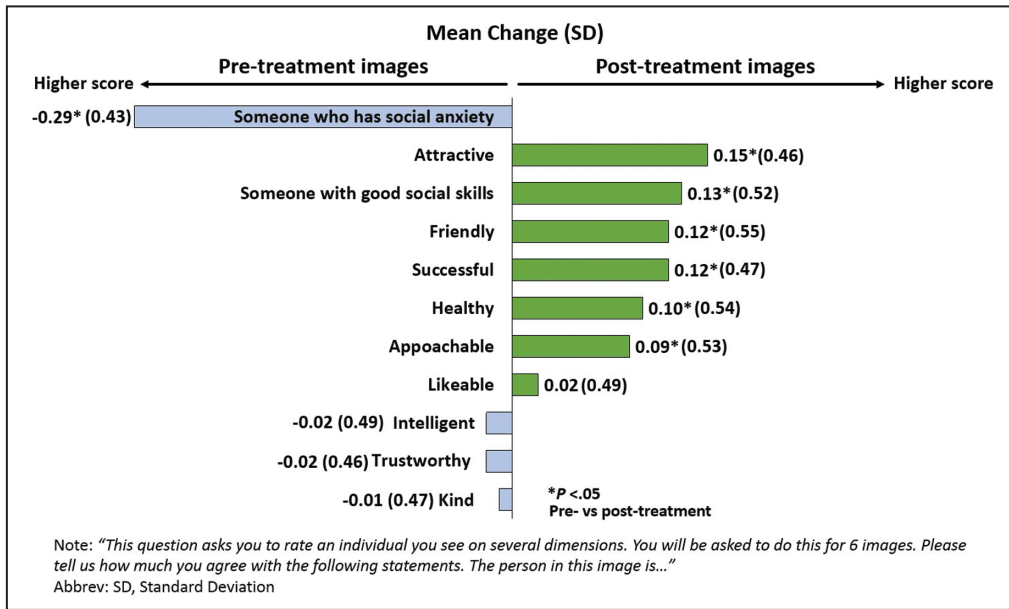


Figura 1. Percepções dos entrevistados de imagem única sobre traços de caráter refletidos pelas diferenças de pontuação pré-tratamento e pós-tratamento.

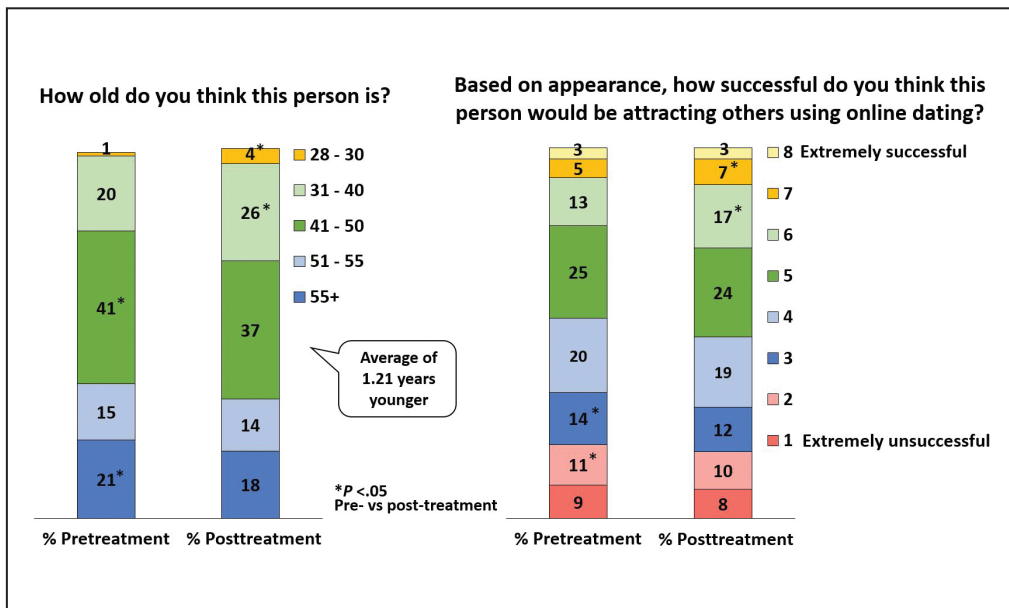
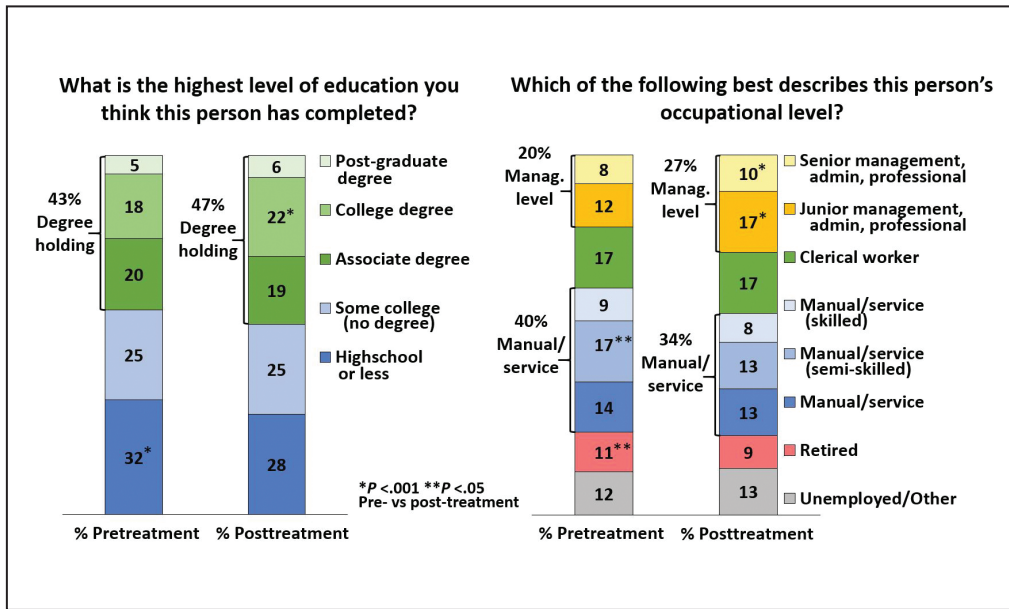


Figura 2. Percepções de idade e atratividade dos entrevistados de imagem única refletidas pelas diferenças de pontuação pré-tratamento e pós-tratamento.

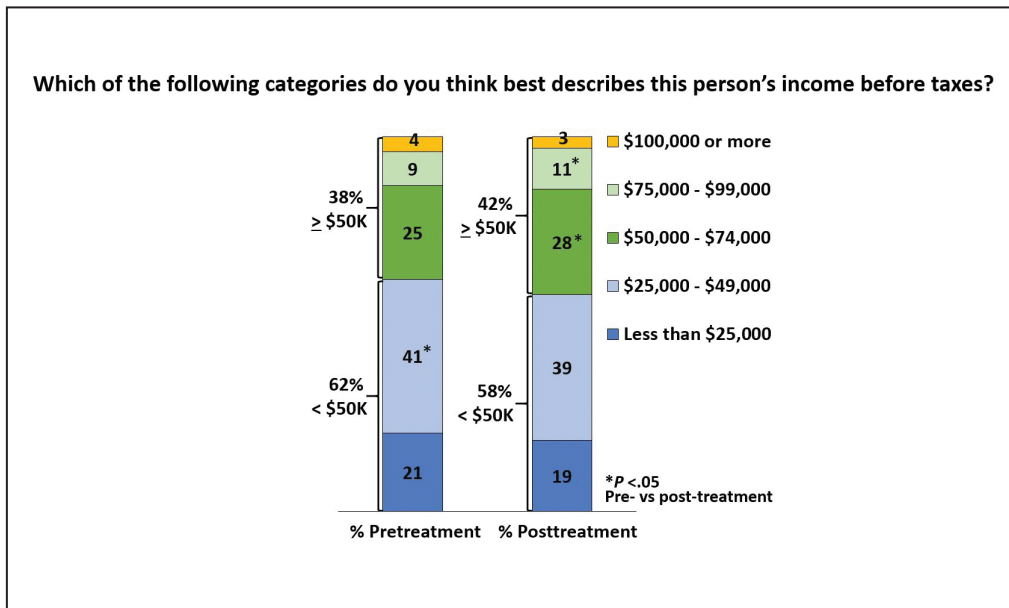
“a atratividade física torna-se menos importante” para homens e mulheres à medida que envelhecem (4,8 e 4,1 em 8,0, respectivamente) e “só pessoas vaidosas recebem tratamentos estéticos faciais” (4,1 em 8,0). Os entrevistados indicaram que a idade média em que uma mulher é considerada “velha” é de 55,8 anos, enquanto um homem é considerado “velho” aos 58,5 anos (Figura 7).

## DISCUSSÃO

Os impactos psicossociais do tratamento estético facial são determinados por uma combinação de autopercepção, como essa percepção afeta a autoconfiança e, em última análise, a percepção social. Até onde sabemos, este é o primeiro estudo desse tipo, em escala e por design,



**Figura 3.** Percepções dos entrevistados de imagem única sobre os níveis educacionais e ocupacionais refletidas pelas diferenças de pontuação pré-tratamento e pós-tratamento.



**Figura 4.** Percepções dos entrevistados de imagem única sobre os níveis de renda refletidos pelas diferenças de pontuação pré-tratamento e pós-tratamento.

que quantificou o impacto positivo e significativo que o tratamento estético panfacial teve nas percepções sociais que vão além da idade e da atratividade. Este estudo recrutou 2.000 entrevistados cegos que relataram sua percepção dos indivíduos com base apenas em sua aparência facial estática e neutra capturada em imagens pré-tratamento e pós-tratamento. O estudo HARMONY forneceu imagens padronizadas de pacientes cujos

o benefício do tratamento foi estabelecido por medidas de resultados objetivas e subjetivas através de efeito clínico significativo e melhora nos PROs.<sup>35</sup>

Ao capturar as perspectivas únicas de dois modelos diferentes de percepções, o desenho do estudo pretendia fornecer informações sobre ambientes sociais do mundo real, onde as inferências são feitas em círculos sociais próximos e em encontros aleatórios na sociedade em geral. As redes sociais relatadas



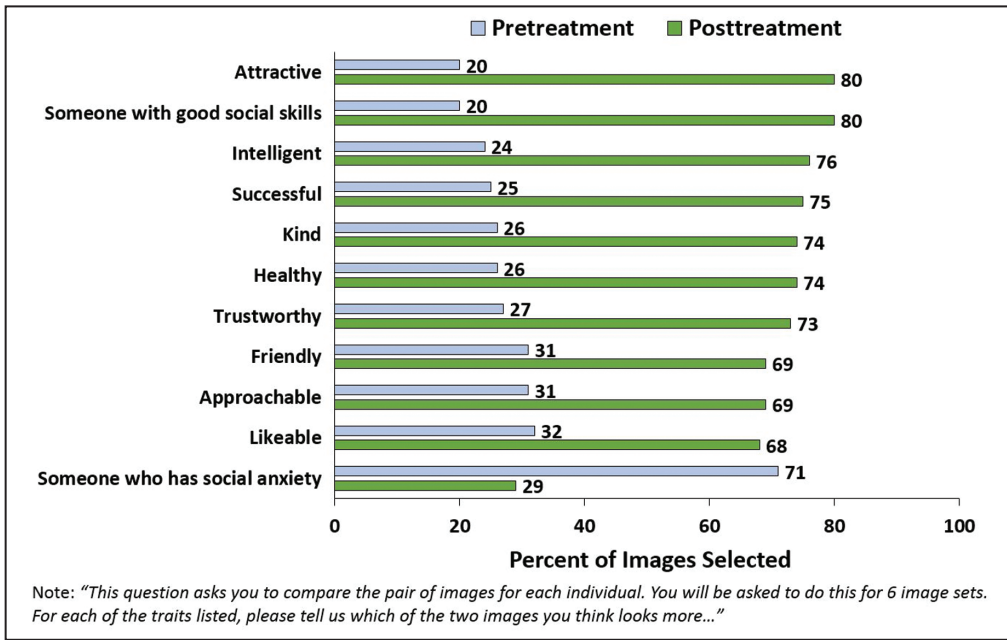


Figura 5. Percepções dos entrevistados de imagens pareadas sobre traços de caráter comparando imagens pré-tratamento e pós-tratamento.

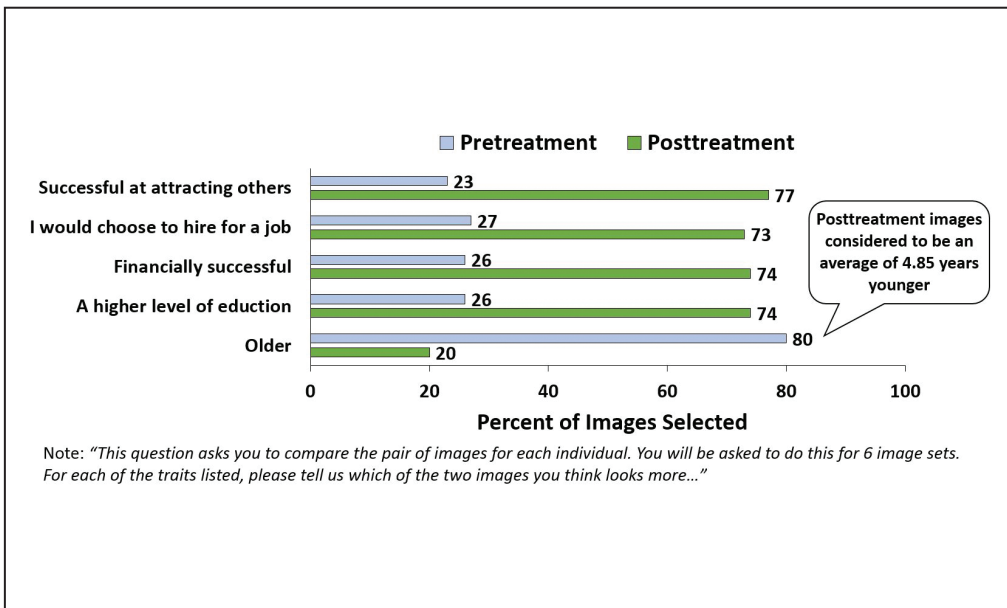
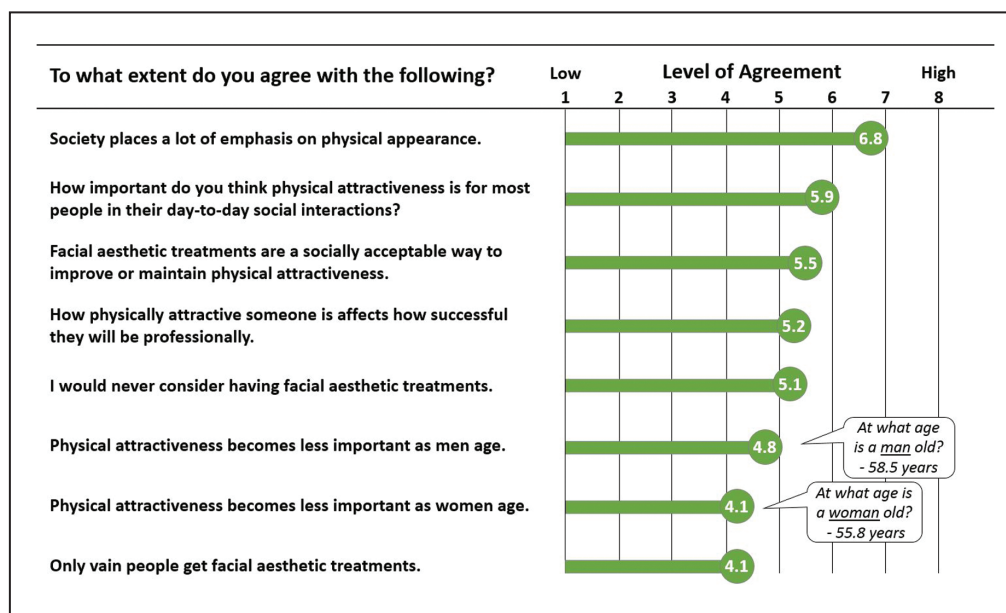


Figura 6. Percepções dos entrevistados de imagens pareadas comparando imagens pré-tratamento e pós-tratamento.

as percepções foram notavelmente consistentes entre os dois modelos de percepção social, quer os entrevistados estivessem limitados a imagens únicas ou tivessem acesso a conjuntos de imagens pré-tratamento e pós-tratamento. As imagens dos indivíduos pós-tratamento foram consistentemente consideradas mais atraentes, acessíveis, mais adeptas socialmente, mais amigáveis, mais saudáveis, mais jovens e mais bem-sucedidas em atrair outras pessoas. As imagens pós-tratamento também foram percebidas como mais informadas, mais financeiramente

bem-sucedido e tendo alcançado um nível ocupacional maior em comparação com as imagens pré-tratamento.

Embora ambos os grupos estivessem alinhados em relação à melhoria das percepções de traços específicos, incluindo acessibilidade, boas habilidades sociais, amigável, bem-sucedido, saudável, mais atraente e menos ansioso socialmente, outros traços de caráter, como simpático, inteligente, confiável e gentil, não estavam tão alinhados. Tais diferenças podem indicar que estas últimas características requerem



**Figura 7.** As atitudes dos entrevistados em relação à importância social da estética facial são refletidas pelas pontuações médias de concordância.

informações mais abrangentes (pistas verbais ou não-verbais mais dinâmicas) para avaliar. Além disso, a capacidade dos entrevistados de imagens pareadas de comparar imagens pareadas de pré-tratamento e pós-tratamento pode ter facilitado a formação de uma percepção global positiva que pode ter sido aplicada a características individuais (por exemplo, atraente). Ao fazer isso, as percepções correspondentes podem ter sido mais influenciadas pelo “efeito halo”, um fenômeno bem estabelecido que descreve como os julgamentos sobre a aparência de um indivíduo podem formar a base de percepções não relacionadas à sua aparência, como traços de caráter, nível educacional e Status profissional.<sup>12,13</sup>

O efeito halo descreve como os indivíduos considerados atraentes também têm maior probabilidade de serem percebidos como tendo personalidades mais afáveis, maior inteligência, melhor posição social e profissional e maior simpatia e confiabilidade.<sup>37-39</sup> Alternativamente, os entrevistados de imagens pareadas podem ter realizado comparações recurso por recurso entre imagens pareadas. No entanto, como ambos os grupos demoraram aproximadamente a mesma quantidade de tempo para completar as suas tarefas online (5,0 e 5,3 minutos para respondentes de imagens individuais e emparelhadas, respectivamente), isto parece menos provável. Os resultados das percepções de imagens pareadas trazem à tona a influência potencial do efeito halo, mesmo com tratamentos estéticos faciais minimamente invasivos.

Na análise de imagens pareadas, os entrevistados de imagens pareadas relataram que os indivíduos pareciam ser em média 4,85 anos mais jovens após o tratamento estético panfacial. Esses mesmos pacientes relataram que pareciam 4,3 anos mais jovens do que a idade real pós-tratamento durante o estudo HARMONY. A melhor percepção de

a idade não foi um achado inesperado, mas dá credibilidade à validade da percepção da idade do observador, que foi quase igual em magnitude à percepção autorrelatada dos pacientes do HARMONY usando a medida de desfecho FACE-Q validada. A magnitude da mudança na percepção da idade do paciente avaliada pelo observador no estudo HARMONY é ligeiramente maior do que aquelas relatadas em estudos anteriores utilizando um desenho semelhante para comparar o rejuvenescimento facial pré-cirúrgico e pós-cirúrgico dos pacientes (lifting facial ou lifting facial e blefaroplastia). Nestes estudos anteriores de intervenções cirúrgicas, as imagens pós-tratamento foram percebidas como 3,1 e 3,69 anos mais jovens.<sup>27,29</sup> Nossos dados sugerem que, em certas comparações, o impacto do tratamento estético panfacial minimamente invasivo pode ser comparável ao dos tratamentos cirúrgicos.

Do ponto de vista clínico, pode-se supor que os pacientes estão focados em parecer mais jovens. No entanto, embora tenha sido aparente uma mudança na idade percebida avaliada pelo ORO no presente estudo, o HARMONY foi o primeiro estudo, até onde sabemos, a demonstrar que após o tratamento panfacial, não apenas os indivíduos ficaram altamente satisfeitos com os resultados do tratamento, mas também como eles estão percebido em um contexto social foi impactado positiva e significativamente. Isto sugere que uma melhoria na aparência abrange mais do que apenas parecer mais jovem. Em vez disso, sugere que melhorar a aparência pode trazer melhorias muito mais significativas, reflectidas por uma mudança positiva tanto nas percepções pessoais como sociais.

Os resultados aqui apresentados demonstram que as percepções sociais de um indivíduo são resultados mensuráveis que podem ser influenciados positivamente pelo tratamento estético panfacial. Ao examinar OROs após tratamento panfacial,



esta análise aprimora estudos anteriores que mostraram o impacto do tratamento estético facial em apenas 1 ou 2 áreas faciais.<sup>32,33</sup> A magnitude das mudanças positivas e significativas encontradas no presente estudo reforça o potencial de maior impacto com os tratamentos panfaciais.

No campo da medicina estética, os PROs podem fornecer evidências importantes do benefício do tratamento centradas no paciente. O tratamento impacta a autopercepção do paciente, como sua percepção se manifesta em sua autoconfiança e, em última instância, como os outros o percebem. Portanto, o PRO e o ORO são medidas complementares inerentemente ligadas, e o ORO representa uma fonte potencial de informações valiosas tanto para o paciente quanto para o médico. Este estudo demonstrou como os indivíduos foram percebidos como mais bem-sucedidos ocupacional, social e pessoalmente, ao mesmo tempo que melhoraram a atratividade percebida e a idade após o tratamento panfacial. Os resultados deste estudo são uma contribuição significativa para a evolução do papel das medidas subjetivas de resultados no campo da medicina estética e podem servir como uma ferramenta útil para os médicos enquanto aconselham pacientes em potencial sobre o que esperar de tratamentos estéticos faciais minimamente invasivos. O tratamento panfacial pode ser a melhor opção para atingir não apenas os objetivos do paciente, mas também para impactar positivamente a forma como a sociedade percebe o indivíduo.

Estes resultados são limitados na medida em que podem não ser generalizáveis para a população global, porque o perfil demográfico dos participantes era representativo apenas da população dos EUA. Além disso, o perfil demográfico dos indivíduos do HARMONY era relativamente homogêneo; portanto, estudos futuros são necessários para testar a validade e confiabilidade dos OROs. Além disso, esses dados foram baseados em imagens estáticas com expressões faciais neutras. Estudos futuros podem se beneficiar da inclusão de vídeos de assuntos que capturem mais detalhes subliminares, como dicas não-verbais dinâmicas que os entrevistados podem precisar para formar julgamentos mais abrangentes sobre se um indivíduo é simpático, inteligente, confiável ou gentil.

## CONCLUSÕES

O conceito de ORO pode representar uma dimensão interessante do impacto do tratamento que poderia complementar os parâmetros de estudo existentes. Os achados aqui apresentados demonstram que as percepções sociais de um indivíduo podem ser influenciadas positivamente pelo tratamento estético panfacial. O campo da medicina estética está a abraçar a relevância de medidas de resultados subjetivos significativos, mas continua a ser um trabalho em progresso identificar os métodos mais relevantes para medi-los.

O impacto positivo e significativo que o tratamento panfacial teve nas percepções sociais avaliadas neste estudo apoia o ORO como um componente relevante do paradigma do impacto do tratamento. Essas descobertas são uma contribuição significativa para a evolução do papel das medidas subjetivas de resultados

no campo da medicina estética e, com base no critério do injetor, pode servir como uma ferramenta útil para os médicos enquanto aconselham pacientes em potencial sobre os amplos impactos dos tratamentos estéticos faciais minimamente invasivos.

## Material suplementar

Este artigo contém material suplementar localizado online em [www.aestheticsurgeryjournal.com](http://www.aestheticsurgeryjournal.com).

## Agradecimentos

Os autores agradecem a Nancy L. Etcoff, PhD, da Harvard Medical School e do Massachusetts General Hospital, Boston, MA, por sua revisão crítica das versões anteriores deste manuscrito. Eles também agradecem aos investigadores do estudo HARMONY: W. Philip Werschler, MD; Ava Shamban, médica; Vic A. Narurkar, MD; Michael S. Kaminer, MD; Joel L. Cohen, médico; e ao Nielsen Research Group pela colaboração durante o estudo.

## Divulgações

Dr. Dayan atua como consultor investigador e palestrante e recebeu apoio de pesquisa da Allergan plc. O Dr. Rivkin atua como investigador e consultor e possui ações da Allergan plc. Dr. Sykes atua como investigador e palestrante da Allergan plc. O Dr. Teller atua como investigador e membro do conselho consultivo e recebeu apoio de pesquisa da Allergan, plc. Dr. Weinkle atua como investigador da Allergan plc. O Sr. Shumate é funcionário da Allergan plc e pode possuir ações/opções da empresa. O Dr. Gallagher era funcionário da Allergan plc e pode ter possuído ações/opções da empresa no momento do estudo.

## Financiamento

O apoio escrito e editorial foi fornecido pela Dra. Erika von Grote, Allergan plc (Irvine, CA) e Dra. Adrienne Drinkwater (Peloton Advantage, Parsippany, NJ) e foi financiado pela Allergan plc.

## REFERÊNCIAS

1. Jack RE, Schyns PG. O rosto humano como ferramenta dinâmica de comunicação social. *Curr Biol*.2015;25(14): R621-R634.
2. Martinez L, Falvello VB, Aviezer H, Todorov A. Contribuições das expressões faciais e linguagem corporal para a rápida percepção de emoções dinâmicas. *Cog Emot*. 2016;30(5):939-952.
3. Cox SE, Finn JC. Implicações sociais das linhas faciais hiperdinâmicas e resultados de satisfação do paciente. *Clínica Int Oftalmol*.2005;45(3):13-24.
4. Michaud T, Gassia V, Belhaouari L. Dinâmica facial e expressões emocionais em tratamentos de envelhecimento facial. *J Cosmet Dermatol*.2015;14(1):9-21.
5. Mueser KT, Grau BW, Sussman S, Rosen AJ. Você é tão bonito quanto se sente: a expressão facial como determinante da atratividade física. *J Pers Soc Psychol*. 1984;46:469-478.

6. Patzer GL. Melhorar a auto-estima melhorando a atratividade física. *J Estet Dent*.1997;9(1):44-46.
7. Dayan SH, Arkins JP, Patel AB, Gal TJ. Uma pesquisa duplo-cega, randomizada e controlada por placebo sobre os resultados de saúde sobre o efeito das injeções de toxina botulínica tipo A na qualidade de vida e na autoestima. *Cirurgia Dermatol*.2010;36(Suplemento 4):2088-2097.
8. Bale C, Archer J. Atratividade autopercebida, desejabilidade romântica e autoestima: uma perspectiva do sociômetro de acasalamento. *Evol Psicol*.2013;11(1):68-84.
9. Dayan S, Clark K, Ho AA. Alterando as primeiras impressões após cirurgia plástica facial. *Cirurgia Plástica Estética*. 2004;28(5):301-306.
10. Lorenzo GL, Biesanz JC, Human LJ. O que é belo é bom e compreendido com mais precisão. Atratividade física e precisão nas primeiras impressões da personalidade. *Ciências Psicológicas*.2010;21(12):1777-1782.
11. Etcoff NL, Stock S, Haley LE, Vickery SA, House DM. A cosmética como característica do fenótipo humano ampliado: modulação da percepção de sinais faciais biologicamente importantes. *PLoS Um*.2011;6(10):e25656.
12. Dion K, Berscheid E, Walster E. O que é bonito é bom. *J Pers Soc Psychol*.1972;24(3):285-290.
13. Nisbett RE, Wilson TD. O efeito halo: evidência de alteração inconsciente de julgamentos. *J Pers Soc Psychol*. 1977;35:250-256.
14. Rankin M, Borah GL. Impacto funcional percebido da aparência facial anormal. *Cirurgia de Reconstrução Plast*. 2003;111(7):2140-2146; discussão 2147.
15. Borah GL, Rankin MK. A aparência é uma função do rosto. *Cirurgia de Reconstrução Plast*.2010;125(3):873-878.
16. Furnham A, Levitas J. Fatores que motivam as pessoas a se submeterem à cirurgia estética. *J Plast Surg*.2012;20(4): e47-e50.
17. Dayan SH. Mente, humor e estética. *Esteta Surg J*. 2015;35(6):759-761.
18. Werschler WP, Calkin JM, Laub DA, Mauricio T, Narurkar VA, Rich P. Tratamentos dermatológicos estéticos: consenso dos especialistas. *J Clin Aesthet Dermatol*.2015;8(10 Supl):S2-S7.
19. Schlessinger DI, Iyengar S, Yanes AF, et al. Desenvolvimento de um conjunto de resultados básicos para ensaios clínicos em envelhecimento facial: protocolo de estudo para uma revisão sistemática da literatura e identificação de um conjunto de resultados principais usando uma pesquisa Delphi. *Ensaio*.2017;18(1):359.
20. Hersant B, Abbou R, Sid Ahmed-Mezi M, Meningaud JP. Ferramentas de avaliação para tratamento de rejuvenescimento facial: Uma revisão. *Cirurgia Plástica Estética*.2016;40(4):556-565.
21. Kosowski TR, McCarthy C, Reavey PL, et al. Uma revisão sistemática dos resultados relatados pelos pacientes após cirurgia estética facial e/ou rejuvenescimento facial não cirúrgico. *Cirurgia de Reconstrução Plast*.2009;123(6):1819-1827.
22. Malaio S, Chung KC. Como usar questionários de resultados: pérolas e armadilhas. *Clin Plast Surg*.2013;40(2):261-269.
23. Dayan S. Objetivos emergentes em medicina estética. *Cirurgia Plástica Facial JAMA*.2017;19(5):367-368.
24. Imadojemu S, Sarwer DB, Percec I, et al. Influência de procedimentos cosméticos faciais cirúrgicos e minimamente invasivos nos resultados psicossociais: uma revisão sistemática. *JAMA Dermatol*.2013;149(11):1325-1333.
25. de Ávila ED, de Molon RS, Loffredo LC, et al. Qualidade de vida relacionada à saúde e depressão em pacientes com deformidade dentofacial. *Cirurgia Bucomaxilofacial*.2013;17(3):187-189.
26. Mazzaferro DM, Wes AM, Naran S, Pearl R, Bartlett SP, Taylor JA. A cirurgia ortognática tem um efeito significativo nos traços de personalidade percebidos e nas expressões emocionais. *Cirurgia de Reconstrução Plast*.2017;140(5):971-981.
27. Zimm AJ, Modabber M, Fernandes V, Karimi K, Adamson PA. Avaliação objetiva da reversão percebida da idade e melhora na atratividade após cirurgia facial envelhecida. *Cirurgia Plástica Facial JAMA*.2013;15(6):405-410.
28. Reilly MJ, Tomsic JA, Fernandez SJ, Davison SP. Efeito da cirurgia de rejuvenescimento facial na percepção de atratividade, feminilidade e personalidade. *Cirurgia Plástica Facial JAMA*. 2015;17(3):202-207.
29. Nellis JC, Ishii M, Papel ID, et al. Associação da cirurgia de lifting facial com percepção social, idade, atratividade, saúde e sucesso. *Cirurgia Plástica Facial JAMA*.2017;19(4):311-317.
30. Bater KL, Ishii LE, Papel ID, et al. Associação entre rejuvenescimento facial e avaliações de observadores sobre juventude, atratividade, sucesso e saúde. *Cirurgia Plástica Facial JAMA*. 2017;19(5):360-367.
31. Dayan SH, Lieberman ED, Thakkar NN, et al. A toxina botulínica pode impactar positivamente a primeira impressão. *Cirurgia Dermatol*.2008;34(supl. 1):S40-S7.
32. Dayan SH, Arkins JP, Gal TJ. Avaliação cega dos efeitos das injeções de preenchimento de ácido hialurônico nas primeiras impressões. *Cirurgia Dermatol*.2010;36(Suplemento 3):1866-1873.
33. Fink B, Prager M. O efeito da incobotulinumtoxina a e do tratamento de preenchimento dérmico na percepção de idade, saúde e atratividade de rostos femininos. *J Clin Aesthet Dermatol*. 2014;7(1):36-40.
34. Narurkar VA, Cohen JL, Dayan S, et al. Uma abordagem abrangente ao tratamento estético facial multimodal: técnicas de injeção e características do tratamento do estudo HARMONY. *Cirurgia Dermatol*.2016;42(Suplemento 2):S177-S191.
35. Weinkle SH, Werschler WP, Teller CF, et al. Impacto do tratamento estético abrangente, minimamente invasivo e multimodal na satisfação com a aparência facial: o estudo HARMONY. *Esteta Surg J*.2018;38(5):540-556.
36. Inquérito à População Atual (CPS). Escritório do Censo dos Estados Unidos, 2017. <https://www.census.gov/programs-surveys/cps.html>. Acessado em 2 de maio de 2017.
37. Verhulst B, Lodge M, Lavine H. O halo de atratividade: por que alguns candidatos são percebidos de forma mais favorável do que outros. *J Comportamento Não-verbal*.2010;34:111-117.
38. Reitor D.H. Um efeito 'halo' para inferência de capacidade gerencial a partir da aparência física. *Am Int J Contemp Res*. 2014;4:15-23.
39. Talamas SN, Mavor KI, Perrett DI. Cegos pela beleza: viés de atratividade e percepções precisas de desempenho acadêmico. *PLoS Um*.2016;11(2):e0148284.