

Capítulo 8 – Tratamentos cosméticos e sua relação com a vaidade: quando a estética chega depois que os relacionamentos amorosos se foram^{30 31}

Natália Rita Prudente

A vaidade faz parte da cultura da humanidade desde sua constituição. É um tema universal, presente do mito de Narciso à fábula da Branca de Neve, passando pelos pecados capitais da igreja católica. Normalmente é compreendida como uma visão exageradamente positiva de si próprio, uma afirmação esnobe de autoestima, poder ou beleza. (Abdala, 2008, p.10).

A vaidade está em toda ação humana, acredite: todos somos vaidosos! A autoconfiança tem o poder de transformar a capacidade do ser humano e nada melhor do que estar de bem e em paz com o espelho para que tenhamos a autoconfiança equilibrada. A aparência física é assunto que a cada dia ocupa as preocupações de grande parte da população mundial. Por que essa tendência cada vez mais crescente? A aparência estética de uma

³⁰ À Liége Ferreira Fischer. A vida é feita de desafios e obstáculos que precisamos superar! Para muitos deles são necessários parceiros que acreditem no desafio e na capacidade de sairmos vitoriosos no desejo de trazermos alegria e conhecimento a toda comunidade. Estou imensamente agradecida pelo apoio recebido da Liége Ferreira Fischer, que acreditou no sucesso deste importante texto para mim. Eu sinto a sua generosidade em cada gesto e o seu amor em cada palavra e, por isso, quero estimar esta amizade que nos une e retribuir o carinho que você faz questão de demonstrar dia após dia.

³¹ À Jessica Leistayo Figueiroa. Algumas pessoas entram na nossa vida para torná-la melhor e você com certeza é uma delas. Eu não teria chegado até onde cheguei se não fosse por você. Além de me ensinar muito, durante este tempo, você se tornou uma amiga muito importante. Ter uma chefe assim é uma sorte incrível e eu só tenho a agradecer. Deixo aqui minha gratidão por todos ensinamentos, pela sua liderança e pela parceria de sempre. Você é uma grande chefe!

pessoa, psicologicamente, relaciona-se a uma tendência para atribuir, a essa pessoa, boas qualidades sociais e individuais. O tema tem sido estudado desde a década de 1970 por autores como Dion, Berscheid e Walster (1972), que em um estudo intitulado “*What is beautiful is good*”, conduziram um experimento no qual puderam concluir que pessoas atraentes são superficialmente vistas como possuidoras de melhores qualidades e um melhor padrão de vida. Desde então, numerosos estudos corroboraram esses resultados, formando um consistente *corpus* acadêmico sobre as consequências sociais da beleza física (e.g. EAGLY et al., 1991; CHAOUALI et al., 2019; MATSANGIDOU; OTTERBACHER, 2019; JOHNSON; THOMAS, 2018; KIRILLOVA; CHAN, 2018).

Além desse fator, a aparência impacta a nossa autoestima, porque a nossa autoimagem é um componente essencial para determinarmos como está a nossa autoestima. Afinal, quando estamos bem com nossa aparência, vamos nos mostrar mais empoderados e determinados.

Em nossa sociedade contemporânea, que preza cada vez mais o espetáculo da aparência externa e das experiências sensoriais, acumulam-se fontes de evidência da importância da vaidade (BARBER, 2016; CAMPANA, FERREIRA; TAVARES, 2012; SWAMI et al., 2014; LOUREIRO, 2014; MATSANGIDOU; OTTERBACHER, 2019; ORTH; MAES; SCHMITT, 2015; CHAOUALI et al., 2019). Quando nos referimos à aparência física, é importante frisar que englobamos alguns nuances da modernidade, tais como: consumo de materiais cosméticos e de higiene pessoal, procedimentos cirúrgicos diversos, a exemplo de cirurgias plásticas, roupas e moda e, atualmente, prática de exercícios físicos e até mesmo adornos externos, como tatuagens e piercings. Neste texto, procuraremos focar os cosméticos e produtos de higiene pessoal, pois são os mais básicos e inerentes ao nosso dia a dia. E, mais particularmente, como as pessoas utilizam esses recursos em razão do final dos relacionamentos amorosos para se reerguerem dessa situação, por vezes, dramática e relacionada a sofrimentos diversos.

A vaidade também sofre preconceito científico. Apesar de todas as evidências mercadológicas que demonstram a forte presença da vaidade na sociedade, percebe-se que ela foi pouco estudada formalmente, sendo difícil encontrar trabalhos acadêmicos focados no assunto.

Mesmo na literatura filosófica, autores como Nietzsche interpretavam negativamente a essência etimológica contida na palavra latina *vanitas*, hoje traduzida como vaidade, a qual foi originalmente entendida como vacuidade, ou nada. O autor afirma que o ser humano se sente desconfortável com esse vácuo interior, motivo pelo qual, ao longo dos séculos, o termo vaidade mudou de sentido, sendo atribuído ao modo pelo qual o homem consegue manter algum amor-próprio, mesmo diante desse vazio.

Desde o início dos tempos, os seres humanos tentam diferenciarem-se um dos outros, com finalidades diferentes, seja para conquista amorosa, seja para a diferenciação social. O homem sempre buscou maneiras de mudar sua aparência para tornar-se “único e especial”. Neste momento, surge a pergunta: já não somos os únicos? Sim... Todos sabem que apesar de possuímos a mesma base fisiológica chamada humana, cada um possui características exclusivas e somos moldados por nossa vivência. Nossa convivência com o próximo levou a raça humana a querer uma diferenciação maior. Criamos diferenciação em tudo que cerca a nossa existência. Inventamos as classes sociais, moda, diferenciação intelectual e uma série de maneiras para colocar cada indivíduo em uma esfera que o categorize e o faça ser diferente. Esse senso de ser incompleto leva as pessoas a criarem e se recriarem, consumindo bens e serviços no processo e constituindo o mecanismo básico do ciclo de vaidade física e consumo.

Com o avançar dos tempos e o desenvolvimento das tecnologias, o homem vem construindo o mundo cada vez mais com diferenciações. Pergunte-se: Para quê? A resposta seria muito clara e objetiva se não tivéssemos uma relação tão conturbada com esse fenômeno que sempre movimentou o mundo a sua volta... a Vaidade!

Entenda: não temos nenhuma intenção de modificar o sentimento de verdade nas pessoas, mas de retirarmos esse preconceito imenso que herdamos de uma sociedade que não cabe na nossa realidade atual. O que chamamos de futuro chegou e faz tempo. Já podemos falar com outra pessoa do outro lado do mundo em tempo real, temos redes de convivência telemáticas, temos produtos cosméticos utilizando os princípios de nanotecnologia e isso é mais que suficiente para colocarmos um basta em preconceitos e pensamentos retrógrados e ultrapassados. Mas por que temos tanta vaidade? Esse sentimento, quando esclarecido e compreendido, torna o ser humano capaz de ter a percepção desse fenômeno. Vamos tratar agora desse assunto, mais profundamente.

O que é e para que serve a Cosmetologia...

Cosmetologia é o ramo do conhecimento e da pesquisa aplicada que se dedica à análise e utilização dos produtos cosméticos. Entende-se, cientificamente, que o estudo de produtos para embelezar e tratar o corpo com uso de cosméticos seja uma região de ciências exatas, mensurável e definida com exatidões. Então, nós, cosmetólogos, devemos ao mundo algumas respostas para perguntas simples, tais como: Qual o sentimento maior que impulsiona uma pessoa a querer alterar seu estado de insatisfação com uma parte do corpo? Qual é o gatilho disparado que faz a coragem para mudança inicial? Quando um produto ou procedimento cosmético é de um preço alto, prometendo maiores e mais rápidos resultados, o quanto o usuário acredita e desenvolve mais substâncias endógenas para essa mudança? Por que nosso país é um dos líderes nos segmentos de beleza, cuidado e higiene pessoal? Muito mais que uma utilização pura e simples de pote de creme ou de um frasco de xampu, a cosmetologia deve, sim, abrir seu campo de visão para os motivos que levam as pessoas a iniciarem um tratamento cosmético.

Não raramente, percebemos que uma insatisfação pessoal reflete incisivamente na atitude de mudar nossas vidas e, quase

sempre, toda essa mudança é impulsionada por um sentimento que aflora intensamente, a vaidade. Outra linha para ser bem clara: qual mulher nunca terminou o relacionamento e correu para o cabeleireiro para mudar de visual? Qual homem nunca exibiu suas conquistas para mostrar seu poder intelectual? Isso mesmo. É próprio da natureza humana exibir-se, como também é inerente ao ser humano uma constante atitude de busca e mudança para aprimorar ou melhorar sua autoconfiança.

A cosmetologia não pode simplesmente, por preconceito, virar as costas para essas demandas. Não se deve ignorar o poder de transformação que a vaidade terá durante esse processo.

Todo o processo de desenvolvimento tissular é muito sensível a pequenas variações hormonais e isso é facilmente detectável, mesmo a olho nu. Não raramente, ouvimos das pessoas que nossa pele está mais brilhante quando estamos apaixonados, por exemplo. Que os cabelos caem ou mesmo sobre o agravamento de patologias severas, como a psoríase, quando o nível de estresse aumenta. Temos considerações sobre mudanças psicológicas que induzem mudanças hormonais ao ponto de melhorar ou piorar um estado físico. Então, qual seria o motivo de desconsiderarmos a vaidade como fator atuante em tratamentos? Puro preconceito.

O medo embutido, em nossas cabeças, não pode ser maior que nossa capacidade de discernimento. Todo cosmetólogo deve ter claro que nenhum processo de tratamento e de cuidados pessoais passa longe da vaidade. O ponto de partida sempre será uma insatisfação ou uma desejada diferenciação e o ponto de chegada sempre deverá ser a sensação de felicidade. Sendo assim, o cosmetólogo é, antes de qualquer coisa, um promotor de saúde através da manipulação das vaidades individuais e com objetivo de promover a felicidade para seus clientes. Nós, cosmetólogos, estamos inseridos em uma sociedade como promotores de saúde e beleza, logo, não podemos descartar que os dois alvos têm em seu centro a vaidade humana. Cabe ao bom profissional aprofundar seus estudos, adquirir maiores conhecimentos e aprender a trabalhar com sua vaidade e a alheia.

Lembre-se: VAIDADE É BOM... Quanto mais, melhor! Saber compreendê-la é questão de maturidade emocional. Vaidade não é olhar-se no espelho. Sem a vaidade você nem pentearia seu cabelo ao acordar pela manhã. Cultive a ideia de saber mais sobre suas vaidades.

Desde os primórdios da civilização, o homem busca incessantemente a Fonte da Juventude e os prazeres e privilégios que uma vida longa e feliz possa trazer. Paralelamente a essa procura pela beleza, encontra-se a busca pelo amor, fazendo a beleza como ponte para alcançar essa dádiva tão preciosa.

Diferentemente de outrora, uma mulher hoje pode ressurgir de um relacionamento afetivo-sexual pouco satisfatório tal como uma fênix que ressurge das cinzas. E, para empoderar e embelezar essa bela ave, ela pode contar com os mais numerosos e sofisticados produtos e serviços da cosmetologia, alguns dos quais trataremos ao longo deste texto. Muitas vezes, um relacionamento insatisfatório com um parceiro pode deixar marcar físicas e psicológicas em uma pessoa que permanece nessa estrutura afetivo-sexual, por quanto tempo essa relação perdurar. Hoje, uma mulher, por exemplo, não precisa mais conviver com as traições do parceiro que consome sua vida e suas expectativas de um futuro melhor. Hoje, as crises conjugais que se arrastam e imprimem rugas e retiram o viço da pele e a expectativa de vida da pessoa já são uma situação que pode ser superada. Dadas as alternativas em que as pessoas convivem e a relativização de compromissos, anteriormente considerados duradouros ou por questões morais ou religiosas, uma mulher, hoje, não precisa continuar a conviver com a percepção de estar sendo rejeitada ou descartada em seu matrimônio e pode reagir e se empoderar, mesmo dentro dessa estrutura afetivo-sexual estabelecida, e viver de forma mais próspera e satisfatória. Nesse ponto, as clínicas estéticas, por meio de seus procedimentos, têm uma importância fundamental nesse ressurgimento/empoderamento, em ressaltar essa nova mulher. Nas nossas entrevistas iniciais com as pessoas que acorrem a nossa clínica, não são poucas as pessoas que afirmam possuir uma

autoimagem negativa e deturpada fruto de traições, rejeições, manifestações depressivas relacionadas às constantes brigas com o parceiro e que querem, embora não acreditem que possam, modificar as suas vidas a partir do momento em que rompem com essa estrutura de relacionamento falida na qual conviviam.

E, então, as clínicas e seus processos se tornam agentes desse empoderamento, tentando afastar sinais de cansaço da vida, deteriorizações exteriores, impulsionando homens e mulheres a reconstruírem-se, seja de dentro para fora ou vice-versa. E, o que se percebe é que as pessoas que partilham desse denominador comum, qual seja, o rompimento em relacionamentos amorosos, acorrem cada vez mais às clínicas estéticas com o objetivo de ficarem mais atrativas para o outro, sim, mas, sobretudo, para si mesmas.

De acordo com Martin e Peters (2005), os padrões de beleza, sobretudo os que dão origem à noção de atratividade são construções sociais influenciadas, em grande parte, pela mídia de massa. Essa preocupação excessiva com a estética propagada pela mídia atinge cada indivíduo de maneira diferente, gerando consequências idiossincráticas e coletivas (BALDANZA; ABREU, 2006). As propagandas voltadas para a beleza e a estética reforçam a noção de que a atratividade física é uma característica valorizada (BLOCH; RICHINS, 1992), podendo, até mesmo, gerar consequências negativas com relação à autoestima das pessoas quando elas se percebem menos atraentes do que as modelos dos anúncios. No próximo tópico vamos ver como se dá essa dinâmica da procura dos tratamentos estéticos após o término dos relacionamentos.

A busca pelos procedimentos estéticos após o término dos relacionamentos

A maioria das mulheres busca cada vez mais uma adequação estética ao seu corpo, seja uma cirurgia plástica, um procedimento estético como uma limpeza de pele ou simplesmente a rotina de fazer manicure e pedicure toda semana. Para Valter Camello Junior, consultor e diretor da Criolipólise Brasil, o crescimento do

mercado de estética deve muito ao aumento do poder de compra feminino nas últimas décadas. Segundo o autor:

O mercado depende muito do consumo feminino. São elas que puxam as vendas e que exigem das empresas uma melhor abordagem com a clientela. O crescimento do poder de compra feminino foi e ainda é essencial para que o segmento da estética dentro da economia possa seguir em alta e crescendo (CAMELLO JUNIOR, 2017).

O grande avanço do mercado estético é decorrente do consumo feminino. Segundo pesquisa realizada pelo Instituto Sophia Minds, mulheres das classes A e B gastam em média R\$ 117,00 por mês com beleza e estética. Já as consumidoras das classes C e D injetam em média R\$ 69,00 nesse ramo (DINO, 2017). Camello Junior (2017) conclui:

Por mais que os homens estejam cada dia mais preocupados com a aparência, são as mulheres que movem, alimentam e exigem cada vez mais do mercado. A mulher é muito mais perceptiva aos detalhes e isso fez com que as empresas ou as clínicas de estética aprimorassem os produtos e o atendimento. (CAMELLO JUNIOR, 2017).

A procura pelos ideais de beleza acompanha a evolução do pensamento humano, gerando teorias, acepções e diversas divagações em torno do conceito do que é belo. Para Sócrates, a especificidade da beleza de um corpo é somente um modelo da beleza dos corpos em geral, sendo que quando nos damos conta disso, a fixação por um corpo em particular minimiza-se e passamos a apreciar a beleza onde quer que ela se encontre, desde a filosofia até a essência do belo na corporeidade das formas.

De acordo com Wolf (1992), há uma normatização da beleza, estabelecendo-se os limites do normal, do aceitável e do estético. E, muitos são os caminhos para se embelezar e se empoderar. Um deles é recorrer às cirurgias plásticas com função estética. Segundo

a American Society For Plastic Surgeons (ASPS, 2005), a cirurgia plástica estética "[...] é realizada para dar uma nova forma a estruturas normais do corpo com o objetivo de melhorar a aparência do paciente e sua autoestima." Com o mesmo objetivo das cirurgias plásticas, podemos encontrar os tratamentos estéticos minimamente invasivos ou procedimentos injetáveis, os quais também visam melhorar a aparência do paciente e sua autoestima. Os tratamentos minimamente invasivos são uma nova tendência do setor, que se tornou febre entre aqueles que desejam mexer em alguma parte do corpo, mas preferem não correr os riscos inerentes a uma cirurgia plástica convencional.

Segundo a Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica³², só em 2016, foram registradas cerca de 1,3 milhão destas intervenções, somente no Brasil. "Realizados em até 30 minutos, no próprio consultório médico, estes tratamentos vêm apresentando resultados tão bons ou superiores aos procedimentos cirúrgicos tradicionais", afirma o Dr. Francisco Tribulato, membro da Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica [...].

Os tratamentos estéticos disponíveis no mercado são extremamente eficazes, porém necessitam de um pouco de paciência e um número grande de sessões para se ter um bom resultado. A cirurgia plástica já traz o resultado em pouco tempo, porém, além de possuir grandes riscos, não é necessária em muitos casos. Até há pouco tempo os procedimentos injetáveis estéticos eram de atribuição privativa dos profissionais médicos, entretanto tudo não passou de uma confusão entre os conceitos de procedimento invasivo e de procedimento injetável. A própria Anvisa já retirou a antiga página do ar.

O conceito legal de procedimento invasivo está previsto no artigo 40, §40, inciso III, da Lei Nº 12.842, DE 10 DE JULHO DE 2013. Vejamos a transcrição do dispositivo:

³² <http://sinclairpharma.com.br/qual-diferenca-entre-fazer-uma-cirurgia-plastica-e-um-tratamento-estetico-minimamente-invasivo/>

Art. 4º São atividades privativas do médico:

[...]

III - indicação da execução e execução de procedimentos invasivos, sejam diagnósticos, terapêuticos ou estéticos, incluindo os acessos vasculares profundos, as biópsias e as endoscopias;

[...]

§ 4º Procedimentos invasivos, para os efeitos desta Lei, são os caracterizados por quaisquer das seguintes situações:

I - (VETADO);

II - (VETADO);

III - invasão dos orifícios naturais do corpo, atingindo órgãos internos.

Assim sendo, atualmente não existe qualquer dispositivo legal atribuindo exclusividade aos profissionais médicos para o manuseio de procedimentos como aplicação de toxina botulínica ou procedimentos similares. Pelo contrário, o próprio Poder Executivo vetou esse tipo de restrição por considerá-la abusiva e prejudicial aos demais profissionais da saúde.

Considerar o Botox um procedimento invasivo seria como proibir todos os profissionais de aplicar injeções ou de manusear agulhas com exceção dos médicos. Da mesma forma, apenas os médicos poderiam fazer tatuagens em outras pessoas. Já imaginou?

Beleza e Estética

Pergunte “o que é beleza” e receberá respostas diferentes. Todos têm uma teoria. Na verdade, a humanidade busca essa resposta há muito tempo. O fato é que, durante a vida, seu próprio conceito de beleza vai mudando. O que é apropriado em uma idade ou fase da vida pode não ser em outra.

Há menos de um século, diferentes autores definiam a beleza como um conjunto de atributos que agradavam aos olhos, aos ouvidos, ao intelecto, à faculdade estética ou ao senso moral. Hoje, o conceito-padrão prioriza apenas o que é agradável ao olhar. Essa mudança ganhou força porque, há bastante tempo, o belo, mesmo

em sua versão natural, vem sendo redefinido pela mídia, pelo cinema de Hollywood e pela indústria globalizada de cosméticos. Então, quando pensamos somente no âmbito exterior – uma máscara que usamos ou o que projetamos para impressionar os outros –, criamos um jogo impossível de vencer.

A autoimagem é a parte descritiva do conhecimento que o indivíduo tem de si próprio. O conceito de autoestima está ancorado na autoimagem e se refere à valorização física e psicológica de si, em diversos setores da nossa vida. Pesquisas apontam que, para a maioria das pessoas, os adolescentes estão mais sujeitos a sofrer modificações nos aspectos da autoestima e autoimagem (VASCONCELOS, 2017). Isso tem grande impacto na saúde e no bem-estar, pois a autoestima está relacionada a quanto o sujeito está satisfeito ou insatisfeito em relação às situações vividas. Quando sua manifestação é positiva, geralmente o indivíduo se sente confiante, competente e possuidor de valor pessoal. Também há estudos que mostram que quem aceita a própria aparência é mais feliz e saudável – o estresse de lutar contra si mesmo pode prejudicar a saúde, o que, por sua vez, afeta a aparência e o aspecto físico (CARVALHO et al., 2007; OLIVEIRA et al., 2011; RIBEIRO; SILVA, 2003; SÁNCHEZ, BARRÓN, 2003; SOUZA et al., 2013; VITORELI; PESSINI, 2005).

De acordo com Maio (2004):

A base da beleza facial é simetria, equilíbrio e proporção. As maiores forças responsáveis pelo envelhecimento da face são gravidade, amadurecimento do tecido mole, remodelamento do esqueleto, atividade muscular facial e alterações solares. Envelhecimento no terço superior da face se manifesta como ptose da região frontal, glabellar e da sobrancelha. Iniciando da metade para o final dos 30 anos, as alterações tornam-se aparentes em toda a face. Rugas e pequenas linhas aparecem em torno dos olhos e da boca, e as pálpebras superiores e inferiores começam a cair. (MAIO, 2004, p. 295).

Padrões de beleza socialmente aceitos são veiculados pela mídia, fazendo com que as pessoas acreditem que se fossem como as modelos, teriam o tão desejado sucesso em seus relacionamentos. E levando homens e mulheres a ter uma visão errônea de que para alcançar o relacionamento de sucesso precisam de tais padrões, contando assim com a ajuda da indústria da beleza, que divulga soluções rápidas para atingir o padrão estético ideal (GOETZ, 2009). Fomentando tal afirmação, uma pesquisa realizada pela Sociedade Internacional de Cirurgia Plástica Estética (ISAPS, 2010) trouxe dados estimativos sobre procedimentos estéticos cirúrgicos e não cirúrgicos (procedimentos menos invasivos, tal como a aplicação de botox) realizados mundialmente. Nos 25 países pesquisados, 817 cirurgiões plásticos realizaram mais de 17 milhões de procedimentos cirúrgicos e não cirúrgicos, contabilizando 8.536.379 procedimentos estéticos cirúrgicos e 8.759.187 procedimentos não cirúrgicos. É socialmente considerado que pessoas belas são: mais populares, inteligentes, confiantes, sexualmente excitantes, experientes, com maior oportunidade de flertes e de ter amigos, entre outros benefícios (ETCOFF, 1999). Essa situação pode ser explicada usando por base a teoria do efeito halo, que considera que a avaliação de uma característica interfere no julgamento das demais, contaminando o resultado geral (ROSENZWEIG, 2007). Tendo por base os constructos da beleza na atualidade, faz-se necessário pontuar quais são esses padrões de atratividade, mediante novas contribuições teóricas.

Muitas vezes, as indústrias publicitária e da beleza acabam por patrocinar a ilusão de que só se é feliz e bem-sucedido no amor quando se segue os padrões de beleza apresentados por elas. Não raramente, também, a demanda estética vem acompanhada de uma sintomatologia com causas de fundo psíquico, ou seja, um paciente pode precisar de tratamento psicológico para ter os efeitos de seu desejo estético alcançados. Fenômenos do âmbito da saúde mental como a ansiedade, a depressão ou até mesmo a automutilação podem ser fatores que impeçam que o paciente e os profissionais da estética consigam os efeitos desejados.

O fim de uma relação

Ao terminar um namoro ou até uma convivência de anos, um casamento, isso faz com que muitas dúvidas nos invadam a mente. O porquê do fim é o principal questionamento.

Quando o fim se aproxima, na maioria das relações, é nítido a intenção de ambas as partes de enfraquecer ainda mais a relação amorosa, não respeitando o parceiro. Motivo de piadas e ser alvo de comentários e ações machistas são exemplos comuns que ouço em meu consultório, como posso citar: “Você está fora de forma”, “olha essa parte caída do seu corpo”, “as mulheres que eu encontro pela rua não são tão descuidadas como você” e outras milhares de frases que coadunam com estratégias psicológicas de prejudicar a autoimagem e a autoestima da pessoa com a qual estamos nos relacionando. Mas, por que, aparentemente, a beleza vai nos escapando com o passar do tempo?

Além de fatores genéticos, em que prefiro não me deter aqui para explicá-los pormenorizadamente, a associação de uma causa à identificação de um substrato anátomo-fisiológico (como a perda de líquido no espaço intersticial ou a diminuição de algum tecido como o da glândula mamária) representa, para Canguilhem (1982, p. 108), o processo que leva à patologização de uma anomalia: “[...] desde que a etiologia e a patogenia de uma anomalia são conhecidas, o anômalo torna-se patológico”. Seguindo essa mesma lógica, encontra-se uma patologia da beleza segundo o que nos propõe os autores Poli Neto e Caponi (2017). De acordo com esses autores, as lesões anatômicas surgem, nos estudos, como estruturas alteradas responsáveis pela aparência externa indesejável, como no exemplo: “Ptoses mamárias geralmente resultam de alterações involutivas do pós-parto ou da amamentação, caracterizadas por diferentes graus de atrofia da glândula mamária, flacidez da pele e ptose do complexo mamilo-areolar” (VELASCO, ARIZTI; TOCA, 2004, p. 199).

Com um envelhecimento ativo, é cada vez mais comum, após o luto do término, o indivíduo que foi deixado procurar

procedimentos estéticos buscando, através disso, encontrar ajuda para combater a depressão, aumentar a autoestima e melhorar a qualidade de vida. A maioria das mulheres que atendo em meu consultório estão na faixa dos seus 40 aos seus 68 anos, quando os filhos já não estão mais em casa e elas se veem sozinhas e envelhecidas, com pouca vontade de viver e nenhuma manutenção para um estado emocional mais estável.

As reclamações são em grande parte isso: que devido aos filhos e marido e o compromisso com a casa perderam o desejo de se cuidar, deixando a vaidade de lado. Esta mesma mulher após o término se olha no espelho e não reconhece o que vê. No caso específico das mulheres com filhos, ainda é mais difícil. Muitas vezes, os compromissos sociais as obrigam a se deparar com a sua silhueta no espelho, deixando-as insatisfeitas e desanimadas, porque depois que nasceram os bebês do casal, o corpo sensual de outrora agora não existe mais e também acabam fechando os olhos para algo tão importante para a família quanto a criação dos filhos: a união do casal.

Antes mesmo da decisão final do término, há sempre o relato da queda da autoestima e o medo de expor o seu corpo ao marido, o que acabou levando à perda de interesse sexual. Isso gera um grande problema para o casal, podendo ser o começo do fim de muitos relacionamentos.

O porquê de as mulheres e os homens buscarem os procedimentos estéticos/clínica de estética

Obviamente que os procedimentos estéticos não devem ser buscados por ninguém para agradar o outro. Somente devemos fazê-lo para atender a um desejo íntimo e de satisfação pessoal. E é exatamente nisso que as mulheres pensam quando optam por encontrar uma ótima clínica de estética e realizar seu sonho, segundo o que apontam as pesquisas como as de Infante, Calixto e Campos (2016). Elas querem voltar a gostar delas mesmas,

sentirem-se atraentes, marcar presença nos eventos sociais e, principalmente, receber elogios.

Com o avanço da tecnologia e da medicina, hoje os pacientes podem escolher entre uma cirurgia plástica ou um procedimento injetável. Os procedimentos injetáveis são de longe a melhor opção, pois possuem um menor risco, o investimento é acessível a todos, não retira o paciente do trabalho, pois não há repouso restrito, são biocompatíveis.

Os pacientes chegam até a clínica com uma expectativa muito grande, apostando todas as fichas no resultado dos procedimentos, por isso é muito importante da minha parte, enquanto profissional, no momento da avaliação e anamnese, deixar muito claro que o resultado não é totalmente previsível e que o mesmo pode não satisfazer completamente. O tratamento pode ser inefetivo ou seu efeito pode ter duração limitada, o tratamento poderá requerer material adicional e terá um custo adicional, tanto pelo material quanto pelo procedimento. O que pode ocorrer também com as cirurgias plásticas.

É muito importante saber que “procedimento” não é um “tratamento” e as pessoas confundem muito isso. Por diversas vezes recebo pacientes que nunca cuidaram da pele, não usam filtro solar, e são fumantes, por exemplo, e acreditam que com a aplicação da toxina botulínica terão resultados incríveis e a solução de todos os problemas. Um resultado satisfatório depende de muitos fatores: a quantidade de água ingerida por dia, doenças pré-existentes, qualidade de vida, qualidade de sono, meio em que trabalha.

Quando recebo uma paciente que me traz toda a queixa de uma separação, procuro analisar com o maior distanciamento possível a relação passada e avaliar os fatores que influenciaram a decisão de procurar minha clínica de estética e o que a levou a tomar tal atitude para que eu possa saber o nível e grau de expectativa da paciente.

Como citado anteriormente, muitas vezes, a demanda estética vem acompanhada de uma sintomatologia com causas de fundo

psíquico, ou seja, um paciente pode precisar de tratamento psicológico para ter os efeitos de seu desejo estético elaborados. A ansiedade, a depressão ou até mesmo a automutilação podem ser fatores que impedem que o paciente e os profissionais da estética consigam os efeitos desejados. E se tem algo que nos deixa desesperados e com possíveis sintomas de fundo psíquico, é o fim de uma relação.

Atualmente existem diversos tratamentos focados na melhora do contorno corporal e do aspecto da pele. Os procedimentos minimamente invasivos são os mais procurados em meu consultório. Para cada necessidade, eu, como profissional esteta, faço uma avaliação minuciosa e indico a técnica mais adequada, prezando sempre pela saúde do paciente. Os procedimentos mais procurados são: massagens, aplicação de toxina botulínica, preenchimentos faciais (ácido hialurônico, hidroxipatita, etc), fios de sustentação, peeling suaves a profundos, remoção de manchas faciais e nas mãos, rejuvenescimento das mãos, pescoço e colo, microagulhamento.

Beleza por fora, saúde por dentro

A clínica Dra. Jessica Leistayo é uma clínica de estética localizada no bairro Vila Mariana, um bairro nobre do município de São Paulo. Em nossa clínica já foram realizados mais 2 mil atendimentos. Muito além da quantidade, prezamos principalmente pela qualidade, procuramos sempre oferecer os tratamentos mais avançados para resgatar a beleza e a autoestima de nossas clientes. Crescemos, amadurecemos e, em 2019, demos início ao nosso projeto de lançar nossa própria linha de cosméticos home care de tratamento, o que comprovou a qualidade da nossa marca e fortaleceu ainda mais o nosso empreendimento. Continuamos cuidando do crescimento da nossa clínica, apoiados em duas premissas importantes: oferecer o melhor atendimento e manter a qualidade dos nossos serviços. Estamos continuamente construindo cada dia com muita garra, comprometimento e

vontade de fazer melhor pela sua saúde e beleza. Servir à beleza é o nosso propósito. Nosso trabalho é trazer cada vez mais inovação e alta capacitação para atender as necessidades e particularidades em tudo o que se refere à beleza. Oferecemos os nossos 4 anos de experiência, equipamentos de última geração, um time de especialistas altamente qualificados e a busca por tecnologias e a garantia de certificação a um extenso portfólio de tratamentos. Realizar o seu desejo de ser atraente, mais confiante e sensual é o nosso desafio diário.

O que oferecemos?

Produtos, serviços e tratamentos estéticos exclusivos voltados para a sua beleza. Também oferecemos um atendimento personalizado. Desde o primeiro contato da cliente conosco, ela sente que é especial. Nosso atendimento é próximo, entendendo a situação de cada pessoa e oferecendo a melhor solução a ela. Gostaria de comentar, mais pormenorizadamente, sobre alguns dos procedimentos que realizamos em nosso espaço:

- **Lipoaspiração mecânica de papada:** Lipoaspiração mecânica de papada é o procedimento para a retirada de excesso de gordura abaixo do queixo. Geralmente, pessoas que estiveram acima do peso em alguma fase da vida e emagreceram podem encontrar muita dificuldade em perder a gordura localizada no pescoço (papada). Em outros casos, mesmo a pessoa encontrando-se sempre dentro das medidas-padrão, elas apresentam um acúmulo de gordura nessa região desde a infância ou adolescência. Não é raro algumas mulheres ou homens terem uma linha entre a face e o pescoço (a linha da beleza) apagada pelo acúmulo de gordura localizada no pescoço. O procedimento é baseado na remoção de gordura localizada no pescoço utilizando uma cânula de diâmetro pequeno, delicada, para aspirar o excesso de gordura e dar um contorno mais jovem e belo para o ângulo entre o mento (queixo) e o pescoço. O procedimento é feito com anestesia

local, o regime é ambulatorial (o paciente não tem necessidade de dormir no hospital e pode ir para casa no mesmo dia);

- Botox: A toxina botulínica, popularmente conhecida como botox, é um dos procedimentos mais requisitados quando o assunto é envelhecimento. Por meio dela é possível combater as marcas de expressão. A toxina é aplicada no músculo e seu efeito promove um relaxamento temporário no local. Assim, o músculo deixa de fazer movimentos, o que impede que uma ruga dinâmica se transforme em uma ruga estática. A aplicação da toxina nessa área diminui a ação do músculo que puxa a sobrancelha para baixo, trazendo um aspecto mais curvilíneo para ela. Além de melhorar a aparência da sobrancelha, a aplicação também reduz as marcas de expressão, rugas e pés de galinha da região dos olhos e pode deixar a testa mais lisinha e firme. O uso da toxina botulínica para arquear as sobrancelhas permite também corrigir assimetrias existentes entre os lados da face. Sabia que a toxina botulínica, o botox, não é usada somente para fins estéticos? Se você sofre com o suor excessivo, a hiperidrose, na região das axilas, mãos, e até mesmo no couro cabeludo, ela é uma ótima aliada! Quando a toxina botulínica é aplicada, ela bloqueia a transmissão nervosa das glândulas sudoríparas, cessando temporariamente a produção do suor na região e resolvendo o problema. Os primeiros resultados aparecem em duas semanas e duram, aproximadamente, seis meses;

- Tratamento para melasma: Um dos problemas de pele mais difíceis de serem tratados é o melasma – as temidas manchas. Além da relação com a radiação (em especial a do sol), o melasma tem componentes genéticos e hormonais (anticoncepcionais, gestação e reposição hormonal podem ser os gatilhos) e é teimoso – basta uma nova exposição desprotegida para que o problema volte com tudo. A boa notícia é que equipamentos recém-lançados e novos protocolos prometem deixar mais eficientes e seguros os tratamentos contra as manchas, mesmo as reincidentes. Aqui na Clínica Dra. Jessica Leistayo, contamos com

a nova tendência que está em alta na saúde estética, a estética regenerativa, que usa material do próprio paciente: a mistura do Plasma Rico em Plaqueta (PRP), retirado do paciente, com o ácido tranexâmico, o qual é injetado nas manchas. O sangue passa por um processo de centrifugação, em que são isoladas as proteínas plasmáticas e as plaquetas. Essas substâncias, em alta concentração no PRP, fazem a renovação das células, promovendo um clareamento das manchas que é potencializado pelo ácido tranexâmico, com intervalo de três semanas entre elas;

- Preenchimento com Ácido Hialurônico: Se você quer se livrar de sulcos, rugas e da flacidez facial, o preenchimento é o tratamento perfeito para você. Esse procedimento também é indicado para hidratar a pele, mas a sua maior vantagem é proporcionar volume facial, recuperando o colágeno perdido com o tempo. Você já aproveita os resultados imediatamente e pode apreciá-lo por até dois anos;

- Jato de plasma para verrugas: o Jato de Plasma, é utilizado com eficiência para remover pequenas VERRUGAS. Você com certeza conhece alguém que teve ou tem essas pequenas VERRUGAS, que geralmente ocorrem na face, pescoço, tórax e axilas. As verrugas não representam risco à saúde, mas incomodam esteticamente. Muitas pessoas comentam sobre a comparação entre o Jato de Plasma e a cirurgia plástica. Sem dúvidas, o nosso querido Jato é mil vezes mais prático. Não há nenhum corte na pele, não há a necessidade de pontos e a cliente também poderá voltar a trabalhar ou fazer suas atividades da rotina no mesmo dia do procedimento. Um grande exemplo é a famosa blefaroplastia, uma cirurgia que visa a reconstrução da pálpebra. Com o Jato de Plasma, a cliente poderá erguer a pele de suas pálpebras sem nenhum corte ou cicatriz. As vezes o caso pode ser resolvido com apenas uma sessão;

- Microagulhamento para o tratamento da alopecia: A microperfuração superficial do couro cabeludo gera sangramento na região. Ao coagular, esse sangue, que é formado por plaquetas que possuem fatores de crescimento,

passa a estimular o nascimento de novos fios de cabelo. Além disso, essa micro lesão no couro cabeludo estimula o processo de cicatrização e a formação de colágeno tipo XVII. Hoje sabemos que o colágeno tipo XVII é importante para aumentar a sobrevida do folículo piloso e conseqüentemente o tamanho e a espessura final do fio de cabelo. Após 6 horas, o paciente deverá higienizar os cabelos com um xampu específico para evitar infecção. O procedimento deve ser realizado ao menos cinco vezes para alcançar bons resultados com intervalos de 15 dias a 1 mês;

- CO2 Fracionado: O CO2 Fracionado é um tratamento estético que elimina rugas e manchas através de ondas de laser composto por CO2. Essas ondas atingem as camadas mais profundas da pele, aumentando a produção de colágeno e deixando-a novamente com aspecto jovial. Para que serve o CO2 Fracionado? O CO2 Fracionado é indicado para o tratamento de Rugas, Flacidez Facial, Olheiras, Manchas (H.P.I) no rosto e Cicatriz de acne. Também é utilizado por quem busca Rejuvenescimento facial e corporal (colo, pescoço e mãos). Benefícios do CO2 Fracionado: o tratamento com laser CO2 Fracionado é rápido e traz resultados visíveis logo após a primeira sessão. Além de tratar marcas do envelhecimento e manchas (HPI), o procedimento também aumenta a produção de colágeno, fecha os poros e melhora a textura, elasticidade e firmeza da pele, dando mais vida e brilho ao tecido.

Considerações finais

Acreditamos que a beleza é a aspiração de boa parte dos seres humanos em todas as fases da vida. E ela é capaz de impulsionar sua autoestima, e melhorar a autoestima nos dá a sensação de plenitude.

Cuidar de si, corpo, mente, espírito é o ideal para sermos felizes e ainda mais quando estamos também com o coração preenchido por amor. Isso parece ser uma utopia, uma grande vaidade e,

infelizmente, nem todos conseguem chegar a esse patamar, mas podemos pelo menos tentar chegar próximo desse ideal.

A vaidade nem sempre precisa ter conotação pejorativa, o problema é quando as pessoas excedem muito e de forma extrema e a vaidade acaba se tornando um pesadelo.

Cuidar da aparência faz bem para as pessoas no início de um relacionamento, quando o casal está se conhecendo, apaixonando-se, e também pode ajudar no caso de rompimento da relação, quando as pessoas procuram melhorar a autoestima para conseguir superar a separação, embora muitas pessoas resolvam se cuidar mais no intuito de fazer com que o outro perceba o que perdeu com o rompimento. De qualquer maneira é saudável desde que não vire uma obsessão. É aí que entra a estética, a cosmetologia e os profissionais da área que serão os grandes aliados dessas pessoas para melhorar a autoestima, o bem-estar, afinal, quem não quer ter uma boa aparência?

Referências

AMERICAN SOCIETY FOR PLASTIC SURGEONS. ASPS. **What is the difference between cosmetic and reconstructive surgery?** Disponível em: <www.plasticsurgery.org/FAQ-What-is-the-difference-between-cosmetic-and-reconstructive-surgery.cfm>. Acesso em: 15 mai. 2005.

AMERICAN ACADEMY OF COSMETIC SURGERY. **About cosmetic surgery.** 2015. Disponível em: <http://www.cosmetic-surgery.org/?page=CosmeticSurgery>. Acesso em:

BALDANZA, R. F.; ABREU, N. R. A comunicação na mídia e os símbolos de beleza: reflexões sobre a influência da indústria cultural da difusão de valores estéticos. INTERCOM SUDESTE 2006. SIMPÓSIO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUDESTE. 11., Ribeirão Preto, 2006. Ribeirão Preto, 2006

- BARBER, K. **Styling masculinity: gender, class, and inequality in the men's grooming industry**. New Brunswick: Rutgers University Press, 2016.
- BLOCH, P.; RICHINS, M. L. You look "Mahvelous": The pursuit of beauty and the marketing concept. **Psychology & Marketing**, v. 9, n. 1, p. 3, jan. 1992.
- CAMPANA, A.; FERREIRA, L.; TAVARES, M. Associações e diferenças entre homens e mulheres na aceitação de cirurgia plástica estética no Brasil. **Revista Brasileira de Cirurgia Plástica**, v. 27, n. 1, p.108-114, 2012.
- CANGUILHEM, G. **O normal e o patológico**. 2. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1982.
- CARVALHO, M.P. et al. Auto-estima em pacientes com carcinomas de pele. **Revista do Colégio Brasileiro de Cirurgiões**, v. 34, n. 6, p. 361-6, 2007.
- CHAOUALI, W. et al. Reconsidering the “what is beautiful is good” effect. **International Journal of Bank Marketing**, v. 37, n. 7, p. 1525-1546. 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.1108/IJBM-12-2018-0337>. Acesso em: 10/10/2019.
- DION, K.; BERSCHIED, E.; WALSTER, E. What is beautiful is good. **Journal of Personality and Social Psychology**, v. 24, n. 3, p. 285–90, 1972. doi:10.1037/h0033731
- EAGLY, A. H. et al. What is beautiful is good, but...: a meta-analytic review of research on the physical attractiveness stereotype. **Psychological Bulletin**, v. 110, n. 1, 10, p. 9–128, 1991.
- ETCOFF, N. **A lei do mais belo: a ciência da beleza**. Rio de Janeiro: Objetiva, 1999.
- GOETZ, E. R. et al. Representação social do corpo na mídia impressa. **Revista Psicologia e Sociedade**, v. 20, n. 2, p. 226-236, 2008.
- THE INTERNATIONAL SURVEY ON AESTHETIC/COSMETIC. ISAPS. Procedures Performed in 2010 (Revised – January 15, 2013). [2013]. Disponível em: <https://www.isaps.org/wp-content/uploads/2017/10/ISAPS-Results-Procedures-2010-1.pdf>. Acesso em: 09/09/2019

JOHNSON, J.; THOMAS, T. What is beautiful is Good: an evaluation of effectiveness of attractiveness in celebrity endorsements, **Indian Journal of Marketing**, v. 48, n. 8, ago. 2018. DOI: 10.17010/ijom/2018/v48/i8/130538

KIRILLOVA, K.; CHAN, J. What is beautiful we book: hotel visual appeal and expected service quality". **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, v. 30, n. 3, p. 1788-1807, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1108/IJCHM-07-2017-0408>. Acesso em: 10/10/2019.

LOUREIRO, C. P. **Corpo, beleza e auto-objetificação feminina**. 2014. Dissertação (Mestrado em Psicologia) – Programa de Pós-Graduação em Psicologia. Universidade Federal do Espírito Santo. Vitória, Espírito Santo. 2014.

MAIO, M. The minimal approach: an innovation in facial cosmetic procedures. **Aesthetic Plastic Surgery**, v.28, n.5, p.295-300, 2004.

INFANTE, V. H. P.; CALIXTO, L. S.; CAMPOS, P. M. B. G. M. Comportamento de homens e mulheres quanto ao consumo de cosméticos e a importância na indicação de produtos e adesão ao tratamento. **Surgical & Cosmetic Dermatology**. v. 8, n. 2, 2016.

POLI NETO, P.; CAPONI, S. N.C. The 'medicalization' of beauty. **Interface** (Botucatu), v. 11, n. 23, p. 569-584, Dec. 2007. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1414-32832007000300012&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: <http://dx.doi.org/10.1590/S1414-32832007000300012>.

MARTIN, M. C.; PETERS, C. O. Exploring adolescent girls' identification of beauty types through consumer collages. **Journal of Fashion Marketing and Management**, v. 4, n. 5, p. 391, 2005

MATSANGIDOU, M.; OTTERBACHER, J. What is beautiful continues to be good. In: LAMAS D. et al. (eds.). **Human-Computer Interaction – INTERACT 2019**. Lecture Notes in Computer Science, vol 11749. Springer, Cham. 2019

OLIVEIRA, M. C. M. et al. Autoestima, depressão e espiritualidade em pacientes portadores de neoplasia mamária. **Revista Médico Residente**, v.13, n. 4, p. 261-9, 2011.

ORTH, U.; MAES, J.; SCHMITT, M. Self-esteem development across the life span: a longitudinal study with a large sample from Germany. **Developmental Psychology**, v. 51, n. 2, p. 248-259, 2015.

RIBEIRO, M. C. P.; SILVA, M. J. P. Avaliação do sentimento de auto-estima em pacientes portadores de patologias oncológicas e onco-hematológicas que utilizam as terapias complementares. **Nursing**, v. 6, n. 63, p. 20-23, 2003.

ROSENZWEIG, P. **The halo effect...and the eight other business delusions that deceive managers**. New York: Free Press, 2007.

SÁNCHEZ, E.; BARRÓN, A. Social psychology of mental health: the social structure and personality perspective. **Spanish Journal of Psychology**, v. 6, n. 1, p. 3-11, 2003.

SOUZA, D. M. S. T. et al. Qualidade de vida e autoestima de pacientes com úlcera crônica. **Acta Paulista de Enfermagem**, v. 26, n. 3, p. 283-8, 2013.

SWAMI, V. et al. Associations between women's body image and happiness: results of the YouBeauty.com Body Image Survey (YBIS). **Journal of Happiness Studies**, v. 16, n. 3, p. 705-718, 2014.

VASCONCELOS, H. S. Autoestima, autoimagem e constituição da identidade: um estudo com graduandos de psicologia. **Revista Psicologia, Diversidade e Saúde**. v. 6, n. 3, p. 195-206, ago. 2017.

VELASCO, M. G.; ARIZTI, P.; TOCA, R. G. Surgical correction of the "small" postpartum ptotic breast. **Aesthetic Surgery Journal**, v. 24, n. 3, p.199-205, 2004.

VITORELI, E.; PESSINI, S. M. J. P. A auto-estima de idosos e as doenças crônicas degenerativas. **Revista Brasileira da Ciência do Envelhecimento Humano**. v. 2, n. 1, p.102-14, 2005.

WOLF, N. **O mito da beleza: como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres**. Trad. Waldéa Barcellos. Rio de Janeiro: Rocco, 1992.