



Qualidade das informações sobre lipoaspiração para o público leigo: Uma revisão de escopo

Quality of information about liposuction for the lay public: A scoping review

ANDERSON HENRIQUE
DA SILVA STAHELIN^{1*}

JUAN CARLOS

MONTANO PEDROSO¹

ANDRÉ HIROKI

SUYAMA TSUJI¹

CAROLINE MELO DA SILVA¹

GRAZIELE LEITE

DOS SANTOS¹

FELIPE CONTOLI ISOLDI¹

LYDIA MASAKO FERREIRA¹

■ RESUMO

Introdução: Esta revisão de escopo tem por objetivo analisar a qualidade das informações sobre lipoaspiração para o público leigo. **Método:** Foi realizada busca na literatura no período de 18 de novembro a 12 de dezembro de 2021 nas seguintes plataformas de base de dados: Medline, Cochrane, LILACS, Embase e BVS. A estratégia de busca envolveu a combinação de vários descritores. Três investigadores independentes leram o resumo dos estudos que foram obtidos usando a estratégia de busca para avaliar aqueles que preenchiam os critérios de elegibilidade. **Resultados:** Inicialmente, foram levantados 33 artigos utilizando a estratégia de busca. Dentre esses, 23 estudos foram excluídos após a leitura dos resumos e avaliação dos critérios de elegibilidade, por não possuírem desfechos de interesse ao tema proposto. Assim, dez estudos preenchiam os critérios de inclusão, sendo nove estudos transversais e uma revisão de literatura. Dentre os dez artigos incluídos, nove relatam que as informações sobre lipoaspiração são precárias e imprecisas. **Conclusão:** O conteúdo sobre lipoaspiração disponibilizado ao público leigo por meio da Internet é, na sua maioria, insatisfatório.

Descritores: Lipectomia; Lipólise; Acesso à informação; Disseminação de informação; Comunicação em saúde.

■ ABSTRACT

Introduction: This scoping review aims to analyze the quality of information about liposuction for the lay public. **Method:** A literature search was carried out from November 18 to December 12, 2021, on the following database platforms: Medline, Cochrane, LILACS, Embase, and VHL. The search strategy involved the combination of several descriptors. Three independent investigators read the abstract of studies obtained using the search strategy to evaluate those that met the eligibility criteria.

Results: Initially, 33 articles were collected using the search strategy. Among these, 23 studies were excluded after reading the abstracts and evaluating the eligibility criteria, as they did not have outcomes of interest to the proposed topic. Thus, ten studies met the inclusion criteria, nine of which were cross-sectional and one literature review. Among the ten articles included, nine report that information about liposuction is poor and inaccurate. **Conclusion:** The content on liposuction made available to the lay public via the Internet is, for the most part, unsatisfactory.

Keywords: Lipectomy; Lipolysis; Access to information; Information dissemination; Health communication.

Instituição: Disciplina de Cirurgia
Plástica, Escola Paulista de
Medicina, Universidade Federal de
São Paulo, São Paulo, SP, Brasil.

Artigo submetido: 10/11/2022.

Artigo aceito: 13/6/2023.

Conflitos de interesse: não há.

DOI: 10.5935/2177-1235.2023RBPC0766-PT

INTRODUÇÃO

Introduzida por Illouz no início da década de 1980, a lipoaspiração é um procedimento cirúrgico que busca a melhoria do contorno corporal, a partir da remoção de depósitos localizados de gordura^{1,2}.

Desde a metade do século XX, nota-se um foco do ser humano na aparência física como veículo de identidade e expressão, atualmente ainda mais intensificado com a disseminação e popularização das mídias sociais digitais. Logo, ocorre uma busca

¹ Universidade Federal de São Paulo, Escola Paulista de Medicina, São Paulo, SP, Brasil.

crescente por melhorias no contorno corporal, inclusive na realização de lipoaspiração. De acordo com os dados da *International Society of Aesthetic Plastic Surgery* (ISAPS), em 2019, a lipoaspiração foi o segundo procedimento cirúrgico estético mais realizado no mundo, com cerca de 1,7 milhão de cirurgias, e o mais realizado no Brasil, com 231 mil cirurgias³⁻⁵.

Devido à crescente compreensão das propriedades bioquímicas e fisiológicas do procedimento, assim como avanços tecnológicos biomédicos, a lipoaspiração apresenta uma evolução constante, com aprimoramentos na técnica, na segurança do paciente e nos resultados. Novidades em equipamentos e treinamentos dos cirurgiões refinam progressivamente o procedimento, tais como a infiltração de soluções, os avanços no desenho e no formato da cânula, a lipoaspiração assistida por ultrassom, a vibrolipoaspiração, a lipoaspiração assistida por *vaser* e a lipoaspiração assistida por *laser*^{1,6}.

Tais inovações ampliaram, inclusive, as possibilidades para o aperfeiçoamento do desenho corporal, como a lipoaspiração de definição muscular. Essa técnica, que representa um tema altamente em voga dentre o público leigo, consiste em lipoaspiração de camadas mais superficiais da gordura subcutânea, com o intuito de definir contornos musculares em quaisquer áreas do corpo, independentemente do equipamento utilizado. Cabe ao cirurgião plástico a avaliação integral do paciente para se indicar - ou não - a realização desse recurso na melhoria do aspecto do corpo⁷.

Assim, ao longo das últimas décadas, a lipoaspiração evoluiu de um procedimento que apenas retirava pequenas quantidades de gordura para uma ferramenta praticamente insubstituível no arsenal da cirurgia plástica para melhorias do contorno corporal. Tornou-se, além disso, um complemento útil em outras áreas da cirurgia plástica, como na reconstrução mamária e no contorno pós-operatório na reconstrução do pescoço e extremidades superiores e inferiores¹.

Por outro lado, deve ser de conhecimento de todos que a lipoaspiração não é isenta de riscos. Algumas complicações como irregularidades da pele, edema prolongado, equimoses, hiperpigmentação, alterações na sensibilidade, seromas, hematomas, úlceras, necroses, perfurações viscerais, infecção sistêmica, embolia gordurosa, sepse e morte podem ocorrer. A taxa de mortalidade estimada da lipoaspiração é de 1 em cada 5.000 procedimentos realizados².

Atualmente, perante o modelo contratualista de relação médico-paciente, no qual o paciente participa do processo de tomada de decisões, a maioria das pessoas que deseja realizar lipoaspiração busca ativamente informações sobre o procedimento antes mesmo da consulta médica⁸. Neste caso, a Internet e as redes sociais digitais oferecem conteúdos sobre cirurgias

plásticas de forma rápida, direta e acessível à maioria dos pacientes e, hoje, são as principais fontes de busca. Entretanto, a qualidade dos conteúdos disponibilizados na rede é motivo de preocupação, com alguns estudos demonstrando informações precárias. No entanto, até aqui, não foram encontradas na literatura revisões científicas que avaliassem esse quesito.

OBJETIVO

Portanto, o presente estudo consiste em uma revisão de escopo da literatura dosando a qualidade de informações disseminadas ao público leigo abordando a lipoaspiração.

MÉTODO

O presente estudo é uma revisão de escopo da literatura. O *checklist* PRISMA-Scr (*Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses extension for Scoping Review*) foi utilizado para guiar a realização desta revisão de escopo⁹. Foi realizada busca na literatura no período de 18 de novembro a 12 de dezembro de 2021 nas seguintes plataformas de base de dados: Medline, Cochrane, LILACS, Embase e BVS.

A estratégia de busca envolveu a combinação dos seguintes descritores: (“abdominal etching” OR “aspiration lipectomy” OR “aspiration lipectomies” OR “aspiration lipolysis” OR “body sculpting” OR “lipectomies” OR “lipectomies, aspiration” OR “lipectomies, suction” OR lipectomy OR “lipectomy, aspiration” OR “lipectomy, suction” OR lipoabdominoplasty OR “lipolysis, aspiration” OR “lipolysis, suction” OR liposculpture OR liposuction OR liposuctions OR lipoplasty OR lipoplasties OR “suction lipectomy” OR “suction lipectomies” OR “suction lipolysis”) AND (“health communication” OR “educational communication” OR “health communications” OR “printed media” OR “population education” OR “health education” OR “patient education” OR “patient communication” OR “user information” OR “patient information” OR “information search” OR “information dissemination” OR “social media” OR internet OR twitter OR “communications media” OR “search engine” OR “patient portals” OR comprehension OR “consumer health information” OR language OR reading OR instagram OR facebook OR “google trends” OR “Data Sharing” OR “Data Sharings” OR “Information Distribution” OR “Information Distribution” OR “Information Exchange” OR “Information Sharing” OR “Information Sharings” OR “Knowledge Dissemination” OR “Knowledge Sharing” OR “Sharing of Knowledge”). Também foram checados as referências bibliográficas dos próprios estudos selecionados, a fim de ampliar o rol de artigos de interesse.

Os critérios de inclusão foram artigos do tipo ensaio clínico randomizado, revisão sistemática ou estudo

observacional, em humanos, com pacientes com idade acima de 18 anos, sem restrição de data de publicação, nas línguas inglesa, portuguesa ou espanhola e estudos com resultados relevantes referentes ao tema abordado. Os critérios de exclusão foram publicações do tipo dissertações, teses, estudos em animais e aquelas que não apresentarem desfechos pertinentes ao tema proposto.

Dois investigadores independentes leram o resumo dos estudos que foram obtidos usando a estratégia de busca para avaliar aqueles que preenchiam os critérios de elegibilidade. Nos casos de discordância, um terceiro investigador participou do processo de triagem. Os artigos selecionados foram lidos na íntegra e os dados relacionados à data de publicação, tipo de estudo, plataforma estudada e desfechos avaliados foram transferidos para uma planilha alimentada em conjunto pelos pesquisadores.

Este estudo foi desenvolvido com o apoio do Curso de Mestrado Profissional em Ciência, Tecnologia e Gestão

Aplicadas à Regeneração Tecidual da Universidade Federal de São Paulo (Unifesp) e fez parte do projeto de pesquisa intitulado “Lipoaspiração: elaboração e validação de livro destinado ao público leigo”. Tal iniciativa foi aprovada pelo Comitê de Ética e Pesquisa da Unifesp, em 13 de abril de 2021, sob o número de parecer 4.646.756 e CAAE 43920621.5.0000.5505.

RESULTADOS

Dez artigos foram selecionados para esta revisão de escopo. Os processos de identificação, *screening* e inclusão dos estudos estão representados no fluxograma da Figura 1.

Para análise dos artigos selecionados, foram construídas as Tabelas 1 a 3.

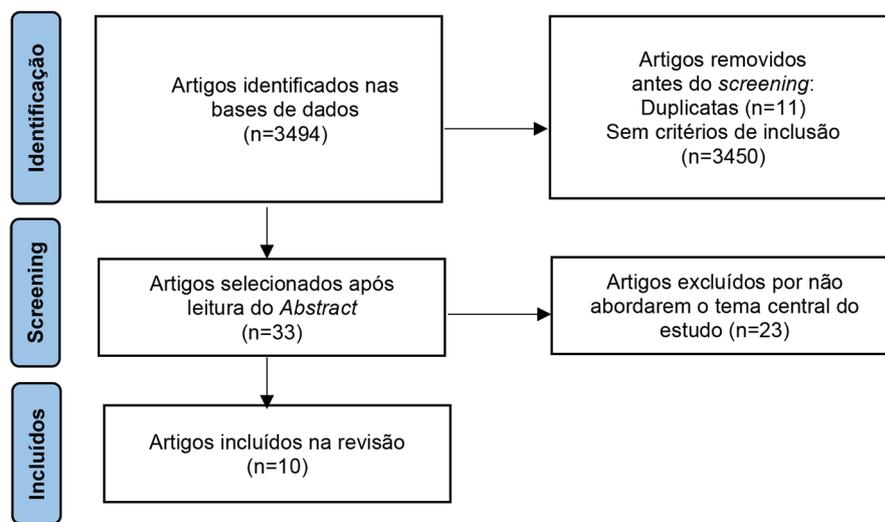


Figura 1. Fluxograma da seleção dos artigos da revisão de escopo.

Tabela 1. Título, autor, ano e país dos artigos.

| Estudo | Título | Autor | Ano | País |
|--------|--|--|------|-------|
| 1 | Can you trust what you watch? An assessment of the quality of information in aesthetic surgery videos on youtube | Gray MC, Gemmiti A, Ata A, Jun B, Johnson PK, Ricci JA, et al. ¹⁹ | 2020 | EUA |
| 2 | Influence of social media on cosmetic procedure interest | Hopkins ZH, Moreno C, Secrest AM ¹² | 2020 | EUA |
| 3 | Youtube for cosmetic plastic surgery: an effective patient resource? | Ward B, Ayyala HS, Zhang K, Manuskhani PA, Paskhover B, Lee ES ²¹ | 2020 | EUA |
| 4 | Social Media and the Plastic Surgery Patient | Sorice SC, Li AY, Gilstrap J, Canales FL, Furnas HJ ¹¹ | 2017 | EUA |
| 5 | Systematic review of quality of patient information on liposuction in the internet | Zuk G, Palma AF, Eylert G, Raptis DA, Guggenheim M, Shafiqhi M ¹⁷ | 2016 | Suíça |
| 6 | Online patient resources for liposuction a comparative analysis of readability | Vargas CR, Ricci JA, Chuang DJ, Lee BT ¹⁸ | 2016 | EUA |

continua...

...continuação

Tabela 1. Título, autor, ano e país dos artigos.

| Estudo | Título | Autor | Ano | País |
|--------|--|--|------|--------|
| 7 | The influence of social media and easily accessible online information on the aesthetic plastic surgery practice: literature review and our own experience | Montemurro P, Porcnik A, Hedén P, Otte M ¹⁰ | 2015 | Suécia |
| 8 | Patient preferences in print advertisement marketing for plastic surgery | Sanan A, Quinn C, Spiegel JH ¹³ | 2013 | EUA |
| 9 | The quality of internet advertising in aesthetic surgery: an in-depth analysis | Wong WW, Camp MC, Camp JS, Gupta SC ¹⁶ | 2010 | EUA |
| 10 | Representations of cosmetic surgery and emotional health in women's magazines in Canada | Polonijo AN, Carpiano RM ²⁰ | 2008 | Canadá |

Tabela 2. Número da amostra, plataforma estudada e metodologia dos artigos selecionados.

| Estudo | Número da Amostra | Plataforma Estudada | Metodologia |
|--------|-------------------|------------------------------|--|
| 1 | 523 vídeos | Youtube | Consultou-se a plataforma YouTube em busca de vídeos sobre 12 temas comuns em procedimentos cirúrgicos estéticos, incluindo lipoaspiração. Os 25 primeiros vídeos para cada termo pesquisado foram selecionados e analisados por três cirurgiões plásticos, por meio da ferramenta <i>Ensuring Quality Information for Patients</i> (EQIP), com base na estrutura do vídeo, conteúdo e identificação do autor. |
| 2 | 14 termos | Google, Facebook e Instagram | <p>Google Trends foi consultado para pesquisas nos EUA de janeiro de 2004 a dezembro de 2017 para os termos: dermatologista, cirurgião plástico, Botox, Juvederm, Radiesse, Restylane, CoolSculpting, Sculptra, Kybella, lifting facial, lipoaspiração, rinoplastia, blefaroplastia e aumento de mama, bem como seus termos alternativos, como nomes genéricos ou coloquiais para procedimentos.</p> <p>Regressão linear univariável foi usada para avaliar tendências e popularidade dos termos pesquisados no Google Trends ao longo do tempo.</p> <p>A correlação de Pearson foi usada para avaliar o interesse pelo termo de pesquisa e o crescimento das redes sociais e o ajuste de Benjamini-Hochberg foi usado para comparações múltiplas.</p> |
| 3 | 173 vídeos | Youtube | Avaliou-se qualidade dos vídeos mais prováveis que os pacientes encontrarão ao pesquisar no YouTube sobre procedimentos de cirurgia plástica mais comuns, incluindo lipoaspiração. Os termos médicos e coloquiais mais comuns sobre o tema, segundo Google Trends, foram pesquisados por relevância e contagem de visualizações. Os 10 melhores de cada termo foram coletados e classificados usando os critérios <i>DISCERN</i> - uma pontuação de 1 indicava alto viés e baixa qualidade geral e uma pontuação de 5 indicava o oposto. |
| 4 | 100 pacientes | Aplicação de questionário | Aplicou-se questionário sobre cirurgia estética para pacientes atendidos em duas clínicas de estética, pelo qual analisaram: perfil de uso de redes sociais pelos pacientes, influência das redes sociais e <i>site</i> da clínica no comportamento do paciente, nível de interesse nos diferentes tipos de postagens em redes sociais e os conteúdos considerados mais relevantes no site da clínica |
| 5 | 245 | Websites | Em uma revisão sistemática, avaliam a qualidade das informações sobre lipoaspiração disponíveis aos pacientes na Internet. Uma avaliação quantitativa e qualitativa dos sites da Web foi baseada em uma ferramenta modificada chamada <i>Ensuring Quality Information for Patients</i> (EQIP), com 36 itens. |

continua...

...continuação

Tabela 2. Número da amostra, plataforma estudada e metodologia dos artigos selecionados.

| Estudo | Número da Amostra | Plataforma Estudada | Metodologia |
|--------|---|---|--|
| 6 | 80 artigos | Websites | Buscaram-se identificar as informações on-line mais usadas sobre lipoaspiração e avaliar sua legibilidade em relação à alfabetização americana média. Foi realizada uma busca na internet pelo termo “lipoaspiração”. Os dez sites mais populares foram identificados, seus artigos foram analisados por testes de legibilidade estabelecidos e comparados com conteúdos que abordavam o tema tatuagem |
| 7 | Revisão de literatura com 19 artigos; Estudo transversal com 500 pacientes e 128 cirurgias plásticas | Bases de dados e questionários | Determinou-se o impacto das redes sociais e das informações <i>online</i> por meio de uma pesquisa realizada com pacientes e cirurgiões plásticos, além de uma revisão da literatura. |
| 8 | 404 pessoas | Aplicação de questionário | Questionário online aplicado a 404 indivíduos com interesse em cirurgia plástica. Os participantes eram apresentados a cinco anúncios diferentes de cirurgias plásticas de todo o país, avaliando veracidade, qualidade e comercialização de cada anúncio. |
| 9 | Avaliação de propagandas segundo códigos de ética: 2001 profissionais Avaliação de preferência de propaganda: 208 indivíduos | Websites e questionário | Foram listados os médicos que realizam procedimentos estéticos no sul da Califórnia, EUA. Tais profissionais foram categorizados de acordo com a sua especialidade e seus sites foram pontuados de acordo com critérios do código de ética da <i>American Society for Aesthetic Plastic Surgery</i> (ASAPS) e da <i>American Society of Plastic Surgeons</i> (ASPS). Uma análise geográfica determinou se a presença de um grande número de concorrentes teve impacto na adesão às diretrizes éticas da publicidade. Para examinar as preferências dos pacientes na publicidade médica, uma pesquisa foi realizada <i>online</i> . |
| 10 | 5 revistas | Revistas destinadas ao público feminino | Examinou-se como as revistas femininas populares retratam a cirurgia estética, incluindo a lipoaspiração, e a saúde emocional associada. Artigos sobre cirurgia estética de cinco revistas femininas mais circuladas no Canadá foram analisadas quanto ao tipo de procedimento, dados demográficos do paciente, informações de risco e indicadores de saúde emocional. |

Tabela 3. Resultados e conclusões dos artigos.

| Estudo | Resultados e Conclusões |
|--------|--|
| 1 | Um total de 523 vídeos foram avaliados, com um escore médio 13,1, dentre 27 pontos possíveis. Assim, evidenciaram-se que as informações contidas nos vídeos de cirurgia estética no YouTube são de baixa qualidade, devendo os pacientes estarem cientes disso. Sugere-se o encorajamento dos cirurgiões plásticos a desenvolverem vídeos de alta qualidade para educar o público. |
| 2 | Os termos pesquisados que tiveram popularidade crescente foram: Dermatologista, Botox, Juvederm, Radiesse, CoolSculpting, Kybella e Facelift; já os em queda de popularidade foram: Restylane, Lipoaspiração, Rinoplastia, e Mamoplastia. Ao olhar para a relação com a especialidade médica, foram associados apenas com a pesquisa do termo dermatologista os termos: Juvederm e Facelift, enquanto Sculptra, rinoplastia, e os termos de pesquisa de blefaroplastia foram apenas associado ao cirurgião plástico. Os seguintes termos que tiveram aumento da popularidade foram associados a números do Instagram e do Facebook: Dermatologista, Botox, Juvederm, Radiesse, CoolSculpting e Kybella. Isso sugere o aumento do interesse <i>online</i> em procedimentos cosméticos não invasivos, potencialmente impulsionado, em parte, pelas mídias sociais. |

continua...

...continuação

Tabela 3. Resultados e conclusões dos artigos.

| Estudo | Resultados e Conclusões |
|--------|--|
| 3 | Dentre os 143 vídeos identificados, o escore de viés médio foi 2,29. A maior parte dos vídeos era de propaganda médica (31,79%) ou relatos de pacientes (29,48%), sendo os vídeos com médicos cirurgiões plásticos aqueles com o menor número médio de visualizações, mas melhor qualidade geral, especialmente quando produzidos por instituições acadêmicas. Sugere-se, então, que cirurgiões plásticos e organizações acadêmicas devam se esforçar para enviar vídeos imparciais e de alta qualidade para fornecer aos pacientes um recurso mais apropriado. |
| 4 | A rede com maior engajamento foi o Facebook, já a menos popular e menos engajada foi o Twitter. As publicações mais populares tratavam-se de sorteio/concurso para tratamento ou produtos gratuitos, fotografias com resultado (antes x depois) e informações sobre a clínica de estética. Em relação ao tipo de conteúdo de maior interesse no site, as fotos comparando o pré e pós-operatório foram as escolhidas, seguido pelas informações sobre os procedimentos. |
| 5 | A qualidade da informação disponível sobre lipoaspiração para os pacientes é muito insatisfatória. Poucos sites apresentaram as taxas de morbidade e mortalidade estimadas. Menos de um terço dos sites mencionou um potencial pós-operatório envolvendo complicações ou mesmo morte após o procedimento de lipoaspiração, sendo que grande maioria destes foram desenvolvidos por cirurgiões privados. Sites desenvolvidos por centros acadêmicos e por organizações sem fins lucrativos forneciam uma qualidade de informações melhor do que aqueles desenvolvidos por cirurgiões privados. |
| 6 | Foram coletados 80 artigos de sites sobre lipoaspiração. A análise de legibilidade revelou um nível geral médio de leitura de 13,6 anos, superando o nível alvo da sexta série. Como comparação, sites sobre tatuagem foram significativamente mais fáceis de ler, com média de 7,8 anos, e continham significativamente menos caracteres por palavra e palavras por frase, bem como uma proporção menor de palavras complexas, longas e desconhecidas. Assim, notaram-se que recursos <i>online</i> para pacientes sobre lipoaspiração são potencialmente muito difíceis para um grande número de americanos entenderem. |
| 7 | Notou-se que 95% dos pacientes utilizaram a Internet para coletar informações prévias à consulta, sendo para 68% deles o primeiro método de busca. As redes sociais foram utilizadas por 46% dos pacientes e 40% destes foram fortemente influenciados na escolha de um médico específico. A maioria dos cirurgiões plásticos (85%) achou que as informações encontradas nas redes sociais poderiam levar a expectativas irreais. Ademais, 45% dos cirurgiões plásticos acreditaram que suas consultas ficaram mais fáceis após o advento das redes sociais, enquanto 29% as acharam mais difíceis. Na revisão, encontrou-se um alto percentual de sites de Internet de baixa qualidade sobre cirurgia plástica e um aumento no uso de mídias sociais entre os cirurgiões plásticos. Sugerem que, mesmo que a Internet forneça ampla informação, ela não pode substituir a consulta presencial, que deve ser sempre um processo minucioso, abrangendo tanto os riscos quanto as limitações dos procedimentos alternativos. |
| 8 | Metade dos entrevistados neste estudo já passaram por procedimentos cosméticos ou cirurgia plástica, sendo que 80% de todos os participantes eram mulheres. Quanto às peças de publicidade, as melhores avaliadas pelos participantes foram as que usaram cores claras, que continham fotos dos médicos em seus consultórios de forma menos formal, fotos realistas dos pacientes, descrições claras dos serviços e das credenciais dos cirurgiões, além de mensagens simples e um <i>layout</i> sem excesso de informações e equilibrado na quantidade de texto e imagens. |
| 9 | Os cirurgiões plásticos certificados pelo conselho apresentaram os maiores escores éticos totais, dentre especialidades. Nenhum decréscimo na qualidade da publicidade foi encontrado em ambientes densamente competitivos. A pesquisa com pacientes demonstrou o desejo por um cirurgião plástico bem treinado e certificado pelo conselho para realizar seus procedimentos cosméticos. Embora os cirurgiões plásticos demonstrem maior conformidade geral com o Código de Ética da Publicidade, ainda podem melhorar. Com grande variedade de médicos que oferecem os mesmos procedimentos estéticos, é essencial manter uma comunicação aberta, honesta e direta com o público. |
| 10 | Foram estudados padrões de retratação dos riscos e benefícios da cirurgia estética e percebido que artigos tendem a apresentar aos leitores informações detalhadas sobre riscos à saúde física, apenas. No entanto, 48% dos artigos discutem o impacto que a cirurgia estética possui na saúde emocional, associando tais procedimentos a melhoria do bem-estar, independentemente da condição pré-existente do paciente. Os artigos também tendem a usar relatos dados por homens para fornecer padrões definidores de atratividade feminina. Esses achados indicam uma medicalização do corpo feminino. Em suma, os autores indicam que a cirurgia estética é geralmente retratada como uma opção arriscada – mas que vale a pena – para as mulheres melhorarem sua aparência física e saúde emocional. |

DISCUSSÃO

O acesso à Internet e às redes sociais digitais oferece conteúdos sobre lipoaspiração de forma rápida, direta e acessível à maioria dos pacientes e, atualmente,

são os principais sítios de busca pelo público não especialista.

Montemurro et al.¹⁰ concluíram que, em cinco dos estudos analisados em sua pesquisa, 37 a 81,8% dos pacientes procuram dados antes da consulta, sendo

em 38,6 a 72% dos casos a Internet como a primeira fonte de pesquisa. Também pode-se observar que, em 2016, segundo Sorice et al.¹¹, a rede social com maior engajamento, em se tratando de postagens relacionadas a cirurgias estéticas (incluindo lipoaspiração), foi o Facebook, sendo a com menor engajamento o Twitter. Revelou-se que o público possuía maior interesse em fotos de antes *versus* depois e, em segundo lugar, por informações sobre os procedimentos. Observa-se, além disso, o aumento da popularidade da busca *online* em redes sociais por procedimentos estéticos não invasivos¹².

Quanto à forma em que os anúncios sobre lipoaspiração são apresentados, conforme Sanan et al.¹³, o público leigo prefere artigos com pouca descrição, que possuem um equilíbrio entre as imagens e as palavras. Não foi mostrada diferença entre o uso de pacientes reais e modelos nos anúncios. Para os observadores, o ideal seria a fotografia do profissional “em ação” em seu ambiente de trabalho.

Apesar de não incluídos nesta revisão, alguns artigos fornecem informações relevantes sobre o uso da Internet para fins de educação em saúde. Vardanian et al.¹⁴ referem que as redes sociais são importantes ferramentas para educar, engajar, divulgar e se comunicar diretamente com os pacientes e colegas de profissão. Jejurikar et al.¹⁵ vão mais além em seu artigo e relatam que a Internet possui um enorme potencial de providenciar ao público informações sobre saúde. Sugerem que médicos orientem seus pacientes sobre o procedimento e os alertem que a maioria dos sites não oferecem informações fidedignas e confiáveis a respeito de cirurgias. Ainda indicam que os cirurgiões plásticos deveriam selecionar páginas específicas da Internet - consideradas fontes confiáveis - e redirecionar seus pacientes para esses sites. Acreditam que, quando usada de forma correta e embasada em conteúdos científicos, a Internet pode ser um complemento útil para o diálogo que acontece no consultório médico.

Cabe aqui também salientar o conteúdo fornecido ao público leigo versando sobre lipoaspiração. Apesar de Wong et al.¹⁶ chegarem à conclusão de que os cirurgiões plásticos obtiveram as maiores pontuações médias gerais do código de ética da *American Society of Plastic Surgeons* (ASPS) nos quesitos publicidade e anúncios, existe uma evidente carência de informações com teor científico elevado e linguagem acessível entre profissionais da área da saúde e o público leigo.

Dentre os estudos revisados, os artigos de Montemurro et al.¹⁰, Zuk et al.¹⁷, Vargas et al.¹⁸, Gray et al.¹⁹, Polonijo & Carpiano²⁰ e Ward et al.²¹ indicam que as considerações sobre procedimentos estéticos fornecidas ao público leigo são muito superficiais e imprecisas. Torna-se importante, assim, o desenvolvimento de materiais

produzidos a partir de uma metodologia científica elaborada, a fim de entregar às pessoas interessadas um material de elevada qualidade científica, que realmente possa ajudar no entendimento do procedimento.

Além disso, Montemurro et al.¹⁰, assim como Vargas et al.¹⁸, afirmam também que as muitas informações divulgadas em *websites* são difíceis de serem compreendidas pelo leitor leigo, devido ao uso de linguagem técnica. Nesse ponto, os autores poderiam adequar os jargões médicos a termos coloquiais e rotineiros, divulgando o assunto com seriedade, mas de modo facilmente compreendido por aqueles interessados.

Vale aqui também destacar o uso de imagens tendenciosas sobre lipoaspiração, que tantas vezes comparam os resultados de antes e depois do procedimento, por exemplo, publicadas e compartilhadas à revelia pelas redes sociais. Nesses casos, muitas vezes, há a utilização de artimanhas para aprimorar os resultados de pós-operatório: jogo de luzes e sombras, uso de vaselina, captura de fotos em ângulos favoráveis.

Ao divulgar seus trabalhos desse modo, os cirurgiões plásticos, erroneamente, induzem o público leigo a uma falsa sensação de resultados utópicos, inatingíveis em muitos pacientes. No Brasil atualmente o Conselho Federal de Medicina (CFM) não permite a publicação de fotografias do tipo “antes e depois” (Resolução CFM n° 1.974/11)²², porém os maus exemplos que ocorrem no exterior demonstram a necessidade deste tema ser discutido de forma ampla e profunda antes que qualquer tipo de mudança no posicionamento do CFM venha a ocorrer no futuro.

A presente revisão de escopo apresenta algumas limitações a serem destacadas: a inclusão de materiais apenas em inglês, espanhol e português; e a ausência da utilização de uma ferramenta para avaliar a qualidade metodológica dos estudos selecionados. Por outro lado, esta revisão seguiu o *checklist* PRISMA-Scr⁹ (*Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses extension for Scoping Review*), o que aumenta sua confiabilidade metodológica.

Em suma, atualmente, percebe-se uma escassez de informação de qualidade e com linguagem acessível para o público leigo, de modo a deixar os leitores (possíveis pacientes no futuro) mais esclarecidos quanto ao procedimento. Sendo a lipoaspiração uma das cirurgias plásticas mais realizadas no mundo e, por conseguinte, de grande interesse ao público em geral, os autores consideram como necessária uma maior robustez das informações destinadas aos pacientes, especialmente em termos do procedimento cirúrgico, benefícios qualitativos e quantitativos, riscos, tratamento de complicações e cuidados pré e pós-operatórios. A exploração de diferentes técnicas cirúrgicas e alternativas à cirurgia também poderia ser melhor abordada¹⁷.

CONCLUSÃO

Dentre os dez artigos selecionados no presente estudo, nove relatam que as informações sobre lipoaspiração são precárias e imprecisas. Torna-se imperativa a necessidade de melhorar a qualidade científica dos materiais destinados ao público leigo sobre a temática lipoaspiração.

COLABORAÇÕES

- AHSS** Análise e/ou interpretação dos dados, Aprovação final do manuscrito, Coleta de Dados, Concepção e desenho do estudo, Gerenciamento do Projeto, Metodologia, Redação - Preparação do original, Redação - Revisão e Edição.
- JCMP** Aprovação final do manuscrito, Conceitualização, Concepção e desenho do estudo, Metodologia, Redação - Preparação do original, Redação - Revisão e Edição, Supervisão, Validação, Visualização.
- AHST** Análise e/ou interpretação dos dados, Coleta de Dados, Redação - Preparação do original.
- CMS** Análise e/ou interpretação dos dados, Coleta de Dados, Redação - Preparação do original.
- GLS** Análise e/ou interpretação dos dados, Coleta de Dados, Redação - Preparação do original.
- FCI** Aprovação final do manuscrito, Conceitualização, Concepção e desenho do estudo, Metodologia, Supervisão, Validação, Visualização.
- LMF** Aprovação final do manuscrito, Redação - Revisão e Edição, Supervisão.

REFERÊNCIAS

- Warren RJ, Neligan PC. Cirurgia plástica: estética. 3ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier; 2015.
- Pereira-Netto D, Montano-Pedroso JC, Aidar ALES, Marson WL, Ferreira LM. Laser-assisted liposuction (LAL) versus traditional liposuction: systematic review. *Aesthetic Plast Surg.* 2018;42(2):376-83. DOI: 10.1007/s00266-018-1085-2
- Chia CT, Neinstein RM, Theodorou SJ. Evidence-Based Medicine: Liposuction. *Plast Reconstr Surg.* 2017;139(1):267e-74e. DOI: 10.1097/PRS.0000000000002859
- Talasila S, Evers-Meltzer R, Xu S. Social media ratings of minimally invasive fat reduction procedures: benchmarking against traditional liposuction. *Dermatol Surg.* 2018;44(7):971-5. DOI: 10.1097/DSS.0000000000001509
- International Society of Aesthetic Plastic Surgery (ISAPS). Global Statistics. Global Survey 2019. [Internet]. [acesso 2021 Nov 27]. Disponível em: <https://www.isaps.org/discover/about-isaps/global-statistics/>
- Collins PS, Moyer KE. Evidence-based practice in liposuction. *Ann Plast Surg.* 2018;80(6 Suppl 6):S403-5. DOI: 10.1097/SAP.0000000000001325
- Dias LDF, Passos AP. Bases científicas da lipoaspiração de definição anatômica e dos diversos aparelhos utilizados. In: Saldanha O, Gomes Filho BS, Saldanha Filho O, Saldanha CB, Contin Neto L, Pereira J, et al., eds. *Lipo de definição – 3ª geração da lipoaspiração.* Rio de Janeiro: Di Livros; 2021.
- Pazinatto MM. A relação médico-paciente na perspectiva da recomendação CFM 1/2016. *Rev Bioét.* 2019;27(2):234-43. DOI: 10.1590/1983-80422019272305
- Tricco AC, Lillie E, Zarin W, O'Brien KK, Colquhoun H, Levac D, et al. PRISMA extension for scoping reviews (PRISMA-ScR): checklist and explanation. *Ann Intern Med.* 2018;169(7):467-73. DOI: 10.7326/M18-0850
- Montemurro P, Porcnik A, Hedén P, Otte M. The influence of social media and easily accessible online information on the aesthetic plastic surgery practice: literature review and our own experience. *Aesthetic Plast Surg.* 2015;39(2):270-7. DOI: 10.1007/s00266-015-0454-3
- Sorice SC, Li AY, Gilstrap J, Canales FL, Furnas HJ. Social media and the plastic surgery patient. *Plast Reconstr Surg.* 2017;140(5):1047-56. DOI: 10.1097/PRS.0000000000003769
- Hopkins ZH, Moreno C, Secret AM. Influence of social media on cosmetic procedure interest. *J Clin Aesthet Dermatol.* 2020;13(1):28-31. DOI: 10.1016/j.jid.2018.03.339
- Sanan A, Quinn C, Spiegel JH. Patient preferences in print advertisement marketing for plastic surgery. *Aesthet Surg J.* 2013;33(4):591-603. DOI: 10.1177/1090820X13481350
- Vardanian AJ, Kusnezov N, Im DD, Lee JC, Jarrahy R. Social media use and impact on plastic surgery practice. *Plast Reconstr Surg.* 2013;131(5):1184-93. DOI: 10.1097/PRS.0b013e318287a072
- Jejurikar SS, Rovak JM, Kuzon WM Jr, Chung KC, Kotsis SV, Cederna PS. Evaluation of plastic surgery information on the internet. *Ann Plast Surg.* 2002;49(5):460-5. DOI: 10.1097/0000637-200211000-00003
- Wong WW, Camp MC, Camp JS, Gupta SC. The quality of Internet advertising in aesthetic surgery: an in-depth analysis. *Aesthet Surg J.* 2010;30(5):735-43. DOI: 10.1177/1090820X10381987
- Zuk G, Palma AF, Eylert G, Raptis DA, Guggenheim M, Shafiqhi M. Systematic review of quality of patient information on liposuction in the internet. *Plast Reconstr Surg Glob Open.* 2016;4(6):e759. DOI: 10.1097/GOX.0000000000000798
- Vargas CR, Ricci JA, Chuang DJ, Lee BT. Online patient resources for liposuction: a comparative analysis of readability. *Ann Plast Surg.* 2016;76(3):349-54. DOI: 10.1097/SAP.0000000000000438
- Gray MC, Gemmiti A, Ata A, Jun B, Johnson PK, Ricci JA, et al. Can you trust what you watch? An assessment of the quality of information in aesthetic surgery videos on Youtube. *Plast Reconstr Surg.* 2020;145(2):329e-36e. DOI: 10.1097/PRS.0000000000006463
- Polonijo AN, Carpiano RM. Representations of cosmetic surgery and emotional health in women's magazines in Canada. *Womens Health Issues.* 2008;18(6):463-70. DOI: 10.1016/j.whi.2008.07.004
- Ward B, Ayyala HS, Zhang K, Manuskhani PA, Paskhover B, Lee ES. Youtube for cosmetic plastic surgery: an effective patient resource? *Aesthet Surg J.* 2020;40(5):NP314-9. DOI: 10.1093/asj/sjz268
- Conselho Federal de Medicina (CFM). Manual de publicidade médica: resolução CFM N° 1.974/11. Conselho Federal de Medicina; Comissão Nacional de Divulgação de Assuntos Médicos. Brasília: Conselho Federal de Medicina; 2011.

*Autor correspondente: **Anderson Henrique da Silva Stahelin**
Disciplina de Cirurgia Plástica - Escola Paulista de Medicina
Rua Botucatu, 740 – 2º andar, Vila Clementino, São Paulo, SP, Brasil
CEP: 04023-062
E-mail: andersonstahelin@gmail.com