

cosmetic dentistry

— beauty & science

2²⁰¹²

_expert article

Sensibilità etico-estetica
e suo sviluppo

_specialty

Principi biomimetici applicati
all'odontoiatria cosmetica

_l'intervista

Bellezza del sorriso



LUMINEERS® | 2



AMICI DI BRUGG
Saremo presenti al
Padiglione A5 Area 76/86

CORSO ABILITANTE SULLE METODICHE MINIMAMENTE INVASIVE PER ODONTOIATRI E MEDICI DENTISTI

Relatore Dr. Giovanni Maria Gaeta

COSTA D'AMALFI 18-19 MAGGIO • MILANO MARITTIMA 22-23 GIUGNO

Programma

Presa dell'impronta • Studio del caso • Ceratura diagnostica • Realizzazione del mock-up • Caratterizzazione del colore • Applicazione e rifinitura delle lumineers • Snap On Smile • One Hour • Laser a diodi • Diagnosi in fluorescenza delle lesioni del cavo orale

Per info e iscrizioni

Intra-lock System Europa SpA • Tel +39 089 933 10 21 • Fax +39 089 933 10 22 • www.intra-lock.it • lumineers@intra-lock.it

LUMINEERS BY CERINATE sono faccette in porcellana sottili quanto una lente a contatto, la loro applicazione viene effettuata senza preparazione o con minima finitura dello smalto, in un'unica seduta. Possono essere ritoccate sia al bordo incisale che al colletto e sono le uniche che hanno una durata oltre i 20 anni, comprovata da studi clinici. Le faccette preformate **One-Hour** sono una valida alternativa alle ricostruzioni e faccette in composito sia dal punto di vista clinico (migliore estetica, maggiore durata nel tempo) che economico. Lo **Snap-On Smile** è un dispositivo protesico multifunzione a lungo termine in resina acetaltica.

L'abilitazione conseguita con la partecipazione al corso permetterà la segnalazione del proprio studio professionale quale Centro Autorizzato Lumineers e la garanzia illimitata per un unico rifacimento per ogni singolo elemento.

Le Lumineers e lo Snap-On Smile vengono rilasciati con certificati di autenticità e sono produzioni esclusive del laboratorio Intra-lab, il primo ed unico laboratorio autorizzato alla produzione delle Lumineers e dello Snap-On Smile. Diffidate dalle imitazioni!

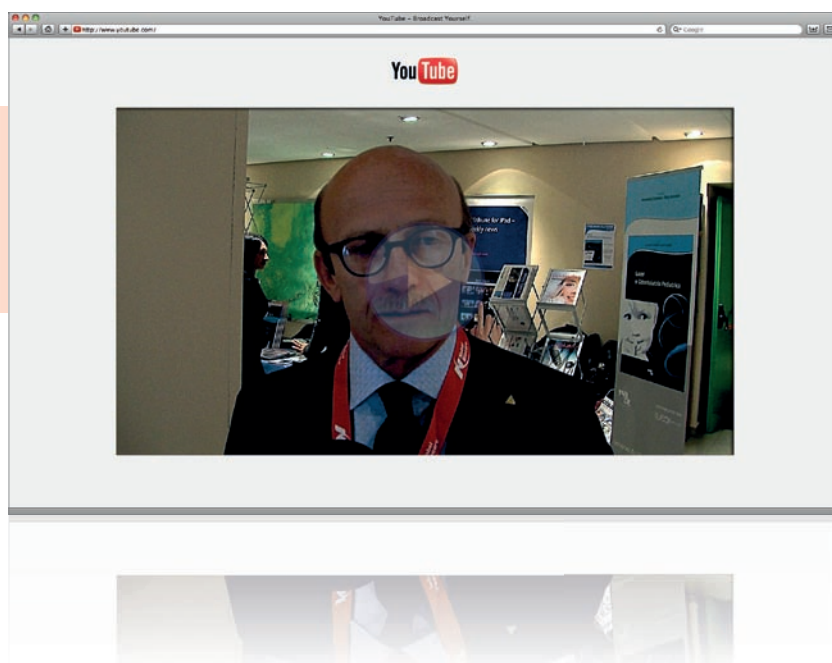
Intra-lock System Europa SpA • Tel +39 089 933 10 21 • Fax +39 089 933 10 22 • www.intra-lock.it • lumineers@intra-lock.it

La nuova dimensione della comunicazione efficace

L'informazione e la formazione di Tueor entra nella nuova dimensione del web.

Lo spazio editoriale di questo numero di *Cosmetic Dentistry* è affidato al prof. Francesco Mangani di Roma che ci parla dell'importante ruolo della didattica in conservativa, nell'ottica di un'odontoiatria sempre più a misura di paziente.

Guarda l'intera intervista sul canale YouTube di Tueor: Tueoronline e lascia un tuo commento!



Tueor e Dental Tribune Italia sono online su:

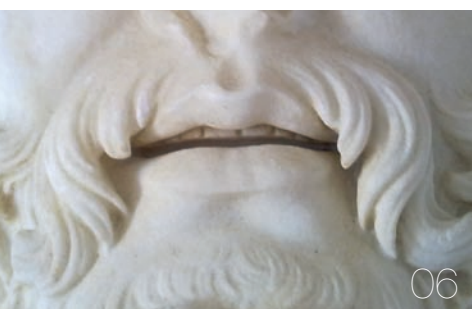
 www.youtube.com/user/tueoronline

 www.tueor.it

 www.dtstudyclub.it

 www.dental-tribune.com

 www.facebook.com/pages/Dental-Tribune-Italia



06



16



22

editoriale

- 03 La **nuova dimensione** della **comunicazione efficace**

expert article

_estetica

- 06 **Sensibilità etico-estetica** e suo sviluppo
Ruolo di istinto, emulazione ed educazione
_R. Ciancaglini

specialty

_cosmetica

- 16 **Principi biomimetici** applicati all'odontoiatria cosmetica
_S.M. McMahon, E. Evron

industry report

_conservativa

- 22 **Semplificazione dei restauri diretti in composito**
in zona estetica
_I.E. Shuman

- 28 **Clearfil SA Cement**
Facile da rimuovere, difficile da dimenticare
_J. Garlichs

trends

_medicina estetica

- 32 **Gli interventi più richiesti**
di chirurgia plastica nel 2012 secondo l'**Aicpe**
- 33 **Stomygem Aesthetics**
Scelto da Andi e Poiesis come partner per il progetto
Bellezza con sicurezza

l'intervista

_Pietro Lorenzetti

- 34 **Bellezza del sorriso**

_Patty Pravo

- 36 **Il sorriso comincia dal cuore**

events

_estetica

- 38 **10th anti-aging medicine world congress**
Aesthetic dermatology and surgery,
preventive and antiaging medicine, medical SPA
_A. Redaelli

trends

_igiene orale

- 40 Philips presenta ai professionisti il progetto
"Tell Show Use" e l'innovativo Philips Airfloss
_O. Marchisio

aziende

- 42 _news

events

- 44 _igiene dentale

- 46 _estetica

l'editore

- 49 _norme editoriali

- 50 _gerenza



28



36



38

Opalescence® **BOOST**

Now
**40%
HP**
Ora al 40% di Perossido di Idrogeno!

20 x 2 =
MINUTI VOLTE

SBIANCAMENTO DA STUDIO - SENZA LAMPADA

- Nuova formulazione di Opalescence BOOST a base di Perossido di Idrogeno al 40% e - come sempre - senza la necessità di fonti di luce (con attivazione chimica)
- Un solo appuntamento: due applicazioni da 20 minuti ciascuna
- pH Neutro e formulazione brevettata a base di Nitrato di Potassio e Fluoro - FORMULA PF - per minimizzare la sensibilità, rinforzare lo smalto e proteggere dalla carie
- Ideale per lo sbiancamento di arcate complete, singoli denti e denti non-vitali



Prima



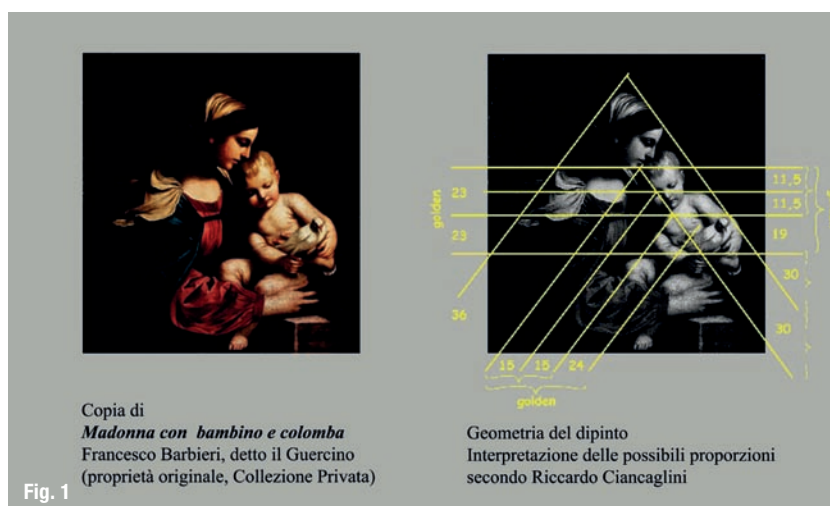
Risultato finale



Sensibilità etico-estetica e suo sviluppo

Ruolo di istinto, emulazione ed educazione

Autore _Riccardo Ciancaglini, Università degli Studi di Milano, Italia



Il concetto classico di bello e di opera d'arte è correlato a regole geometrico-matematiche e, perciò, a un "metodo" che in qualche modo limita l'espressività e la libertà del creatore. Nell'arte classica – in particolare in quella rinascimentale – l'artista è spesso anche uno straordinario artigiano, formatosi in anni di tirocinio presso maestri accreditati. Arte ed estetica sono un tutt'uno nel concetto classico, essendo l'arte il risultato di una tecnica raffinata e consapevole, indirizzata al raggiungimento del bello, che necessariamente comporta apprezzamento e godimento (Fig. 1). Arte, estetica, positività e gioia di vivere sono, esprimono o promuovono stati dell'animo (e della mente), improntati alla serenità e al benessere.

Questa condizione di benessere, in accordo con un concetto molto diffuso nelle filosofie orientali e sempre più presente anche negli stili di vita occidentali, è non solo spirituale e mentale (mind), ma decisamente fisica e, potremmo dire, "materiale" (body).

Coltivare e "nutrire" pariteticamente corpo e mente costituisce un principio e un modello di comportamento esemplare, perseguito fin dai tempi dei greci e dei romani («Mens sana in corpore sano»). Secondo un concetto ben teorizzato da Aristotele, l'attitudine e la capacità di creare il bello comportano la capacità di interpretare correttamente le regole e l'armonia presenti in natura. La natura, infatti, è stata ampiamente imitata nell'arte, non solo in quella classica. Ai colori e alle composizioni della natura si sono ispirati recentemente raffinati creatori di moda (Leonard, Pucci, Hermès, Missoni, Etro, Smiline Company) (Fig. 2).



_Web Article

DT

Questo articolo
è presente sul sito
www.dental-tribune.com

Leonardo's Craniometric Studies



Fig. 3

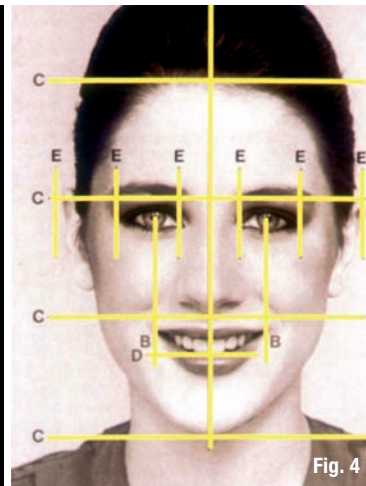


Fig. 4

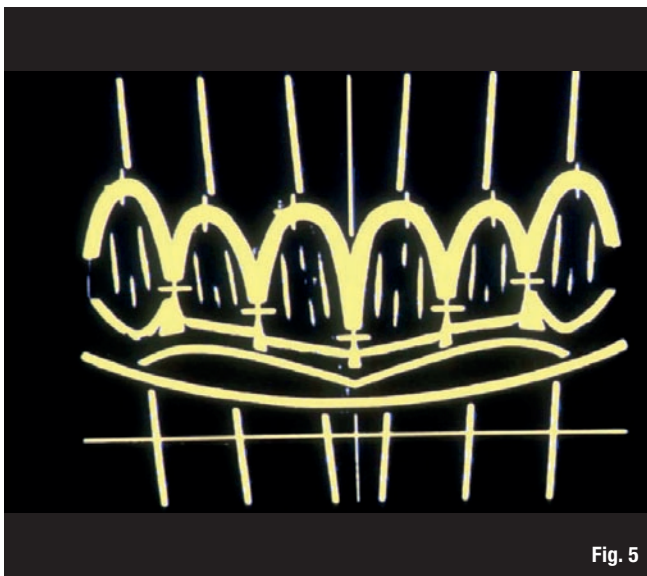


Fig. 5

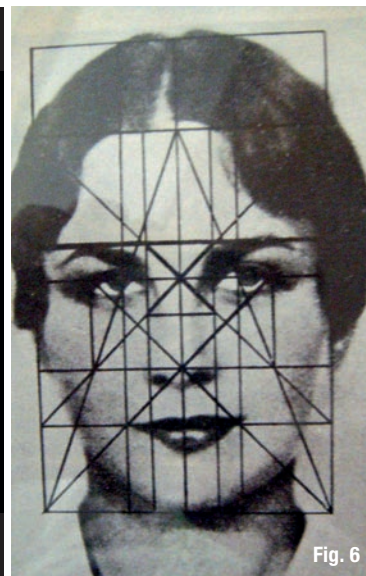


Fig. 6

Gli studi più accurati relativi al rapporto geometrico che regola il bello in chiave antropologica (corpo umano e volto) si devono certamente a Leonardo. I suoi infaticabili studi anatomici, condotti spesso di notte e basati su una meticolosa dissezione di cadaveri freschi, hanno prodotto disegni e mappe del corpo umano, corredati da modelli interpretativi che rappresentano pietre miliari per l'anatomia e riferimenti obbligati per lo studio e la pratica dell'arte.

Dopo Leonardo, molti altri studi sono stati condotti sull'antropometria del volto umano (Gynka, Goldstein, Kopp, Ciancaglini), nel tentativo di fornire modelli affidabili per la ricostruzione del volto e del sorriso (Figg. 3-6)¹.

È verosimile che la conformità a queste "leggi di valore", tuttavia non assolute, possa soddisfare un gusto estetico dominante o prevalente.

Nonostante il riferimento a regole di bellezza costituisca un criterio importante e una ragionevole motivazione all'interpretazione del gradimento – che molte opere d'arte e molti volti di



Fig. 7



Fig. 8



Fig. 9a



Fig. 9b

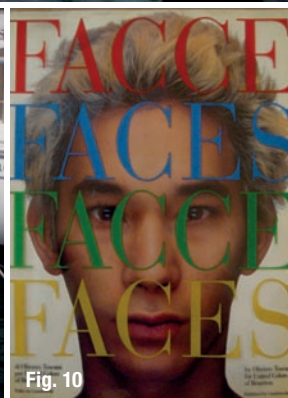


Fig. 10

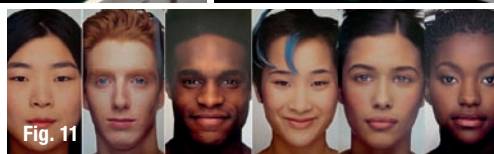


Fig. 11

persone celebri sanno suscitare –, appare talvolta difficile spiegare l'apprezzamento di facce che si discostano decisamente da queste regole (Fig. 7). Il bello e il suo contrario, ovvero il brutto e il ripugnante, sono stati illustrati fenomenologicamente e antropologicamente in modo magistrale da Umberto Eco in due testi ricchissimi di immagini, uno sul bello e l'altro sul brutto², ma la metafora più emblematica del rapporto emotivo che sussiste tra il bello e il brutto resta la favola de *La bella e la bestia*.

Se osserviamo coppie di immagini davanti a noi con valori estetici molto differenti tra loro è possibile anche, se scorrono rapidamente, orientarsi quasi immediatamente per attuare una

scelta tra "la bella" e "la bestia" (Fig. 8).

Il bello non è necessariamente opulenza, come dimostra una piccola e graziosa barca a vela (Fig. 9a, b). Bello è spesso espressione di ordine, di armonia e, perciò, di funzionalità.

Essere belli o comunque attraenti costituisce un vantaggio o un limite nei rapporti sociali e nel conseguimento del successo nella vita? Esistono a riguardo opinioni assai diverse, dovute principalmente a idee preconcepite. Le ricerche sociologiche ben documentate, condotte a tale riguardo, sembrerebbero dimostrare che i belli percepiscono guadagni significativamente maggiori (dal 10 al 20% in più), siano in genere tenuti in maggiore considerazione, siano percepiti come più simpatici e, se condannati giudiziarmente, vengano loro inflitte pene più lievi³.

Un quesito molto stimolante può essere quello dell'origine del gusto estetico.

Innato o indotto dall'educazione e dalla cultura (compresa la consuetudine e la "frequentazione")? E, inoltre, quali epoche della vita (età) sono più ricettive all'influenza estetico-educativa?

Se ammettiamo che il neonato esprima esclusivamente comportamenti dovuti all'istinto (innati), possiamo ritenere che, immediatamente dopo la nascita, non sia ancora presente una definita capacità di identificare il bello, in quanto l'esposizione a immagini gradevoli, che verranno in seguito (prima infanzia) fissate più a lungo, non determina comportamenti dissimili dall'osservazione di quelle sgradevoli.

Perciò il gusto estetico sembra attestarsi qualche tempo dopo la nascita, anche in rapporto alla frequentazione, intesa come frequenza di esposizione al bello. La reiterata esposizione a immagini gradevoli rinforza la tendenza a fissarle più a lungo (Judith Langlois)³.

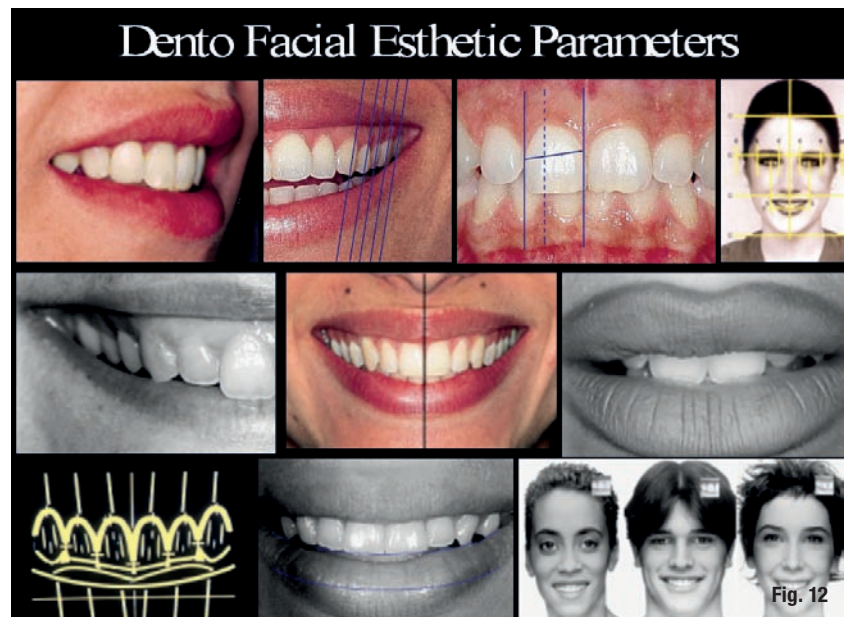
Ciò che del volto e del corpo umano sembra riscuotere maggiore apprezzamento sono occhi grandi e ben distanziati, labbra piene, naso e mento piccoli e ben conformati (Victor Johnston, David Perrett), proporzioni corporee coerenti con un modello "a clessidra" (rapporto vita-fianchi: 7/10) (Devendra Singh)³.

Anche bambole che presentano proporzioni armoniose in accordo con i suddetti parametri sembrano maggiormente gradite.

Il sesso maschile sembra comunque prediligere alcune specifiche caratteristiche del volto e del corpo femminili, oltre agli occhi e al naso, in particolare la qualità della pelle, la forma e il turgore delle labbra, secondo alcuni in rapporto a un'identificazione di oggetti del desiderio sessuale e, perciò, in rapporto a un'istanza evolutiva (Don Symons)³. Il gusto per questi caratteri antropologici ben definiti sarebbe però influenzato da modelli etnico-culturali diversi (le donne messicane e peruviane sono più gradite se di taglia forte) (Douglas Yu, Glenn Shepard)³.

Il ruolo che l'educazione può svolgere nella definizione del gusto e del senso del bello può perciò essere assai importante anche se, per quanto la ricerca abbia fornito contributi interessanti a tale riguardo, l'aneddotica resta il riferimento dominante. Il gusto e la sensibilità sono soggetti a una così ampia mole di variabili (genetiche, psicologiche, etnico-culturali, religiose ecc.) che è impossibile formulare modelli sperimentali esaustivi.

L'affinità etnica sembrerebbe giocare un ruolo favorevole nella scelta di modelli estetici condivisi per tradizione e frequentazione. Allo scopo di stabilire questo assunto, e di verificare il tipo di "bello" dento-facciale indipendentemente dal sesso, abbiamo condotto un'indagine presso gli



studenti del corso di laurea dell'Università degli Studi di Milano.

Settantacinque studenti di età compresa tra i 20 e i 25 anni, discretamente omogenei per appartenenza a classi socio-economiche e culturali, hanno visionato circa 190 fotografie di facce di giovani di età compresa tra i 15 e 20 anni, appartenenti a razze differenti pariteticamente rappresentate (mongola, negroide e caucasica). Come campionario è stato utilizzato un volume di fotografie di facce realizzate da Oliviero Toscani (Fig. 10)⁴, che rappresenta forse il "giacimento di immagini" di volti umani più esauriente che è stato possibile reperire in letteratura, e che costituisce un esemplare modello di ricerca socio-antropologica. Ciascuna faccia è stata loro mostrata per circa un minuto, in modo che ciascuno studente potesse esprimere un giudizio di gradimento espresso con scala docimologica (da 0 a 10) su una scheda di registrazione (Fig. 11).

È interessante notare come la stessa indagine condotta per due volte, a cinque anni di distanza, abbia espresso un primo classificato di razza simile a quella degli intervistati (caucasica) nella prima indagine, e di razza invece differente (negroide) nel test condotto successivamente. Ciò sembrerebbe avvalorare l'ipotesi di un cambiamento di gusti e tendenze correlato con la crescita di una società multietnica⁵.

In un volume pubblicato nel 1990, ho cercato di codificare e sistematizzare tutte le indicazioni che ho ritenuto rilevanti per una corretta riabilitazione dento-facciale¹.

Una regola che ritengo di estrema importanza, e che non sempre è tenuta a mio avviso in adeguata considerazione, è quella della "coerenza" della linea del sorriso (Fig. 12).