



# A Influência da mídia e das redes sociais sobre a expectativa dos pacientes ao tratamento ortodôntico

**Palavras-Chave:** comunicação em Ortodontia; relacionamento paciente e ortodontista; redes sociais

**Autores(as):**

Lívia Nadylena da Silva Lima – FOP UNICAMP

Prof<sup>(a)</sup>. Dr<sup>(a)</sup>. Vânia Célia Vieira de Siqueira – FOP UNICAMP

---

## INTRODUÇÃO:

A procura pelo sorriso atraente, de “celebridade”, por parte da população aumentou principalmente devido á facilidade de obtenção de informações disponíveis virtualmente. De acordo com estudos prévios a internet é utilizada diariamente por aproximadamente 60% da população mundial sendo que nos países desenvolvidos o índice alcança 90% onde as redes sociais representam um papel de importância no dia a dia influenciando os hábitos de consumo e os relacionamentos pessoais e profissionais incluindo a Odontologia <sup>1</sup>.

Os/as pacientes procuram os profissionais para a correção de suas maloclusões muitas vezes apoiados/as em imagens publicadas na mídia ou em redes sociais e os ortodontistas necessitam estabelecer comunicação de qualidade para sanarem dúvidas e principalmente orientarem os/as pacientes com alta expectativa para o tratamento na melhor conduta individualmente. A construção de uma comunicação assertiva torna-se a base para o relacionamento profissional/paciente de alta qualidade inclusive considerada uma competência elogiada pelos próprios pacientes <sup>1-4</sup>.

Os aspectos socioeconômicos, culturais, psicossociais, etários provocam e estimulam processos de comunicação diferenciados onde a mídia e as redes sociais influenciam a procura por tratamentos estéticos cada vez mais presentes na rotina do ortodontista. A comunicação centrada no paciente permite ao profissional observar e identificar as motivações pela procura ao tratamento ortodôntico e se as expectativas do paciente se fundamentam em possibilidades reais apoiadas no quadro clínico individual <sup>1-7</sup>.

As informações ortodônticas veiculadas na mídia ou em redes sociais como o Instagram, TikTok, Twitter e Facebook necessitam do “filtro” estabelecido pelos profissionais para a comprovação de veracidade fundamentada cientificamente pois os/pacientes poderão sofrer influências desastrosas e dificultar a assimilação do diagnóstico, planejamento e motivação para a realização de todo o tratamento ortodôntico <sup>8-17</sup>.

O presente estudo pretende, por meio de uma revisão sistemática da literatura, apoiada em bibliometria, verificar a influência dos processos virtuais de comunicação empregados para a disseminação de informações de tratamentos ortodônticos (mídia e redes sociais) sobre a expectativa dos/as pacientes, e verificar quais condutas e/ou estratégias os ortodontistas adotam para adequar e individualizar o tratamento.

## **METODOLOGIA:**

Foi realizado o treinamento em metodologia bibliométrica, Bibliometria. Em seguida, foi definida a estratégia de busca com a identificação dos descritores mais apropriados ao tema abordado pelo projeto e a utilização de operadores booleanos. A princípio, o intuito era a busca dos artigos de interesse ao projeto existentes nas bases de dados Scopus, PubMed/Medline e Web of Science, publicados nos últimos 10 anos, porém na base de dados da Scopus não foram encontrados artigos relacionados ao tema do projeto, devido a isso, foi realizada a pesquisa na Lilacs, Cochrane, Embase, como uma forma de substituição da base de dados da Scopus.

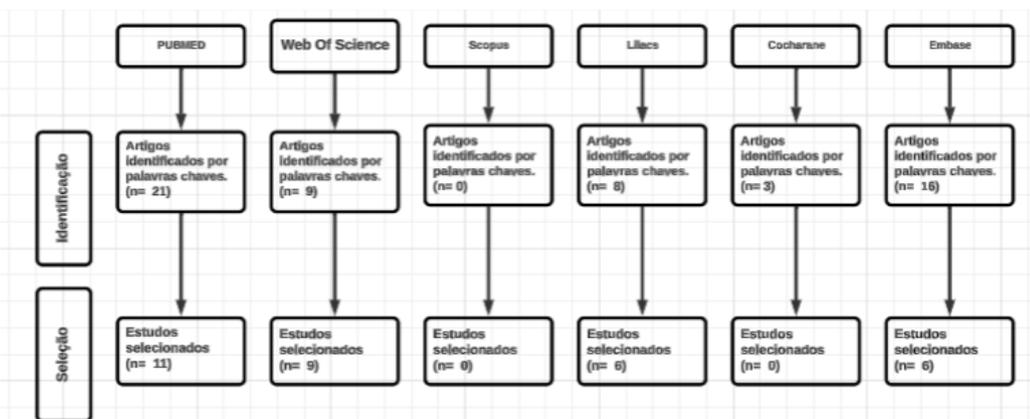
Cada plataforma de busca possui sua especificidade, no entanto, foram usados os mesmos descritores, considerando que o formato da query foi diferente em cada uma das plataformas. Os descritores utilizados foram “Appliance orthodontic”, “orthodontic communication”, “orthodontic patient and professional relationship”, “patient expectation”, “virtual platforms”, “social media”, “Persuasive Communication”, “Online Social Networking”, Orthodontics, “Patient Preference” e os termos alternativos.

Os critérios de inclusão propostos no projeto foram a seleção e análise criteriosa de artigos que abordassem o grau de influência que a mídia e as redes sociais exercem sobre a expectativa do/a paciente frente ao tratamento ortodôntico, sobre a qualidade da comunicação entre o ortodontista e o/a paciente e verificar as estratégias adotadas pelos profissionais para individualizar o tratamento ortodôntico respeitando as necessidades do/a paciente. Artigos que possam responder as seguintes questões: A mídia e as redes sociais interferem no grau de expectativa do/a paciente frente ao tratamento ortodôntico? Como ocorrem as interações entre o Ortodontista e o/a paciente frente às informações ortodônticas publicadas nas redes sociais?

Os artigos que não possuíam essas finalidades se enquadravam nos critérios de exclusão e não foram selecionados.

### **Chave de Buscas:**

Descritores e Termos alternativos: “Appliance orthodontic” OR “Appliance Orthodontic” OR “Appliances Orthodontic” OR “Orthodontic Appliance” OR “Orthodontic Appliances Fixed” AND “orthodontic communication” OR orthodontic OR communication OR “communication in dentistry” OR “communication strategy” AND “orthodontic patient and professional relationship” OR “patient expectation” OR “Dentist patient relation” OR “Dentist Patient Relation” OR “Dentist Patient Relations” OR “Relation Dentist Patient” OR “Relations Dentist Patient” OR “Dentist Patient Relationship” OR “Dentist Patient Relationship” OR “Dentist Patient Relationships” OR “Relationship Dentist Patient” OR “Relationships Dentist Patient” AND “virtual platforms” OR “social media” OR “media influence” “Appliance, orthodontic” OR “Appliance, Orthodontic” OR “Appliances, Orthodontic” OR “Orthodontic Appliance” AND “Orthodontics” AND “Dentistry” AND “Persuasive Communication” OR “Communication, Persuasive” OR “Persuasion” OR “Information Dissemination” OR “orthodontic communication” OR “Dentistry orthodontic” AND “Online Social Networking” OR “Social Networking” OR “Social Media” OR “Internet” AND “Patient Preference” OR “Professional-Patient Relations” OR “Dentist-Patient Relations” OR “Dentist role” OR “Patient Satisfaction” OR “Orthodontic patient and professional”.



Dos 32 artigos verificamos a seguinte distribuição:

País	Número de Artigos Seleccionados
Estados Unidos	8
Brasil	7
Nova Zelândia	3
Reino Unido	2
Alemanha	2
China	1
Australia	1
Paquistão	1
Arabia Saudita	1
Inglaterra	1
Turquia	1

## RESULTADOS E DISCUSSÃO:

Na Plataforma Scopus não obtivemos resultados com os descritores citados acima. Na Plataforma PubMed/Medline obtivemos vinte e um artigos com os descritores citados e foram selecionados onze artigos. Na Plataforma Web of Science obtivemos nove artigos com os descritores citados e foram selecionados os nove artigos, seguindo os critérios de inclusão e exclusão. Na Plataforma Cochrane obtivemos três artigos com os descritores citados. Não foram selecionados nenhum dos três artigos, devido não estar de acordo com os critérios de inclusão. Na plataforma Embase obtivemos dezesseis artigos com os descritores citados e foram selecionados seis artigos, seguindo os critérios de inclusão e exclusão. Na Plataforma Lilacs obtivemos oito artigos com os descritores citados e foram selecionados seis artigos.

## CONCLUSÕES:

Observou-se que os ortodontistas desenvolvem uma comunicação assertiva com seus pacientes, praticando a escuta ativa, explicando as possibilidades e limitações inerentes a cada caso e personalizando o tratamento de acordo com as expectativas do paciente, contribuindo assim para o desenvolvimento de um cuidado centrado no paciente.

## BIBLIOGRAFIA:

1- Kharbanda OP, Qureshi T, Fatima K, Khandelwal M. Exploring the pros and cons of social media in orthodontics: A critical analysis of the perspectives of patients and professionals. *Seminars in Orthodontics* 2023; 29:335-341.

- 2- Tuncer C, Bavbek NC, Tuncer BB, Bani AA, Çelik B. How Do Patients and Parents Decide for Orthodontic Treatment—Effects of Malocclusion, Personal Expectations, Education and Media. *The Journal of Clinical Pediatric Dentistry* 2015; 39: 392-9.
- 3- Rodd H, Timms L, Noble F, Bux S, Porritt J, Marshman Z. &#39;Message to Dentist&#39;: Facilitating Communication with Dentally Anxious Children. *Dentistry journal* 2019; 3: 69.
- 4- Sharif MO, Siddiqui NR, Hodges SJ. Patient awareness of orthodontic mobile phone apps. *Journal of Orthodontics* 2019; 46(1): 51–55.
- 5- Papadimitriou A, Kakali L, Pazera P, Doulis I, Kloukos D. Social media and orthodontic treatment from the patient’s perspective: a systematic review. *European Journal of Orthodontics* 2019; 1:11.
- 6- Graf I, et al. Social media and orthodontics: A mixed-methods analysis of orthodontic- related posts on Twitter and Instagram. *Am J Orthod Dentofacial Orthop* 2020; 158:221-8.
- 7- Barber S. Shared decision-making in orthodontics: Are we there yet? *Journal of Orthodontics* 2019; 46: 21–25.
- 8- Stonehouse-Smith D, Pandis N, Bister D, Seehra J. Clinical communication in orthodontics: Any questions? *Journal of Orthodontics* 2022; 49: 448-56.
- 9- Al-Silwadi FM, Gill DS, Petrie A, Cunninghamd SJ. Effect of social media in improving knowledge among patients having fixed appliance orthodontic treatment: A single-center randomized controlled Trial. *Am J Orthod Dentofacial Orthop*. 2015; 148: 231-7.
- 10- Livasa C, Dellib K, Renc Y. Quality evaluation of the available Internet information regarding pain during orthodontic treatment. *Angle Orthod*. 2013; 83: 500–506.
- 11- Meade MJ, Dreyer CW. What’s in a hashtag: a content evaluation of Insta- gram posts related to orthodontic retention and retainers. *J World Fed Orthod*. 2021; 10:35–9.
- 12- Arslan S, Korkmaz YN, Buyuk SK. Can TikTok provide reliable information about orthodontics for patients? *J Consum Health Internet* 2022; 26:1–11.
- 13-Sezici YL, Gediz M, Dindaroglu F. Is YouTube an adequate patient resource about orthodontic retention? A cross-sectional analysis of content and quality. *Am J Orthod Dentofac Orthop*. 2022; 161: e72–9.
- 14- Meade MJ, Dreyer CW. Analysis of the information contained within TikTok videos regarding orthodontic retention. *J World Fed Orthod*. 2022; 11: 170–175.
- 15- Siddiqui N, Chia M, Sharif MO. Social media and orthodontics: Are our patients scrolling? *Journal of Orthodontics* 2022; 49(2):179–184.
- 16- Meira TM et al. The effects of images posted to social media by orthodontists on public perception of professional credibility and willingness to become a client. *Progress in Orthodontics* 2021; 22(7):1-8.
- 17- Albayrak E, Büyükçavus MH. Does YouTube offer high-quality information? Evaluation of patient experience videos after orthognathic surgery. *Angle Orthod* 2023; 93(4):409–416.
- 18- Jorgensen G. Attracting orthodontic patients via the Internet: A 20-year evolution. *American Journal of Orthodontics and Dentofacial Orthopedics*, v. 148, n. 6, p. 939–942, 1 dez. 2015.
- 19- Ukra A, Bennani F, Farella M. Psychological aspects of orthodontics in clinical practice. Part Two: general psychosocial wellbeing. *Progress in Orthodontics*, v. 13, n. 1, p. 69–77, maio 2012.
- 20- Glick M. The Internet-informed patient: opportunities for patient-centered care. *Journal of the American Dental Association* (1939), v. 144, n. 3, p. 239–40, mar. 2013.

- 21- Holden A. Social media and professionalism: does the profession need to re-think the parameters of professionalism within social media? *Australian Dental Journal*, v. 62, n. 1, p. 23–29, 30 jan. 2017.
- 22- Rachel Henzel M. et al. A qualitative analysis of orthodontic-related posts on Twitter. *The Angle Orthodontist*, v. 84, n. 2, p. 203–207, mar. 2014.
- 23- Graf I. et al. Looking good but tweeting bad? The social perception of orthodontic-related posts on Twitter and Instagram. *Head & Face Medicine*, v. 18, n. 1, 17 fev. 2022.
- 24- Meade M. J. et al. Evaluation of orthodontic retention and retainer content on the Reddit social media website. *Journal of the World Federation of Orthodontists*, v. 12, n. 5, p. 213–219, 1 out. 2023.
- 25- Nelson K. L. et al. Orthodontic marketing through social media networks: The patient and practitioner’s perspective. *The Angle Orthodontist*, v. 85, n. 6, p. 1035–1041, 4 mar. 2015.
- 26- Edwards D. T. et al. Media Advertising Effects on Consumer Perception of Orthodontic Treatment Quality. *The Angle Orthodontist*, v. 78, n. 5, p. 771–777, 1 set. 2008.
- 27- Al-Gunaid T. H. et al. Determining the impact of orthodontic patients’ characteristics on their usage and preferences of social media. *Journal of Taibah University Medical Sciences*, v. 16, n. 1, p. 16–21, fev. 2021.
- 28- Berry L, Jones A, Barber S. Laypeople’s interpretation of, and preference for, orthodontic images. *Journal of orthodontics*, v. 49, n. 3, p. 296–303, set. 2022.
- 29- Eyup Degirmencioglu, Hulia Liliçoglu. Evaluating the impact of social media marketing from the perspective of orthodontists. *BMC Oral Health*, v. 24, n. 1, 11 jul. 2024.
- 30- Mendonça D. L. de et al. The influence of text messages and anxiety on pain perception and its impact on orthodontic patients routine. *Dental press journal of orthodontics*, v. 25, n. 5, p. 30–37, 2020.
- 31- De Souza, R. A. et al. Expectations of orthodontic treatment in adults: the conduct in orthodontist/patient relationship. *Dental Press Journal of Orthodontics*, v. 18, n. 2, p. 88–94, 2013.
- 32- Vieira D. A. Comparação diagnóstico e dentista. Disponível em: &lt;<https://pt.scribd.com/document/715354810/Comparacao-diagnostico-e-dentista>&gt;. Acesso em: 21 jun. 2025.
- 33- Lee R. et al. Treatment satisfaction and its influencing factors among adult orthodontic patients. *American Journal of Orthodontics and Dentofacial Orthopedics*, v. 153, n. 6, p. 808–817, jun. 2018.
- 34- Marti K. et al. Humanities in Predoctoral Dental Education: A Scoping Review. *Journal of Dental Education*, p. s1–s25, 8 jul. 2019.
- 35- De E. et al. A Ortodontia e as mídias sociais. *Ortodontia*, p. 83–89, 2025.
- 36- Seymour B. et al. Patient-Centered Communication: Exploring the Dentist’s Role in the Era of e-Patients and Health 2.0. *Journal of Dental Education*, v. 80, n. 6, p. 697–704, 1 jun. 2016.
- 37- Assis M. A. L. et al. Information and Communications Technology in Dentistry: na informativa and educational approach for patients with fixed orthodontic appliances. *Dental Press Journal of Orthodontics*, v. 27, n. 3, 2022.
- 38- Machado M. A, Daruge E, Paranhos L. R. Estratégias de comunicação e o código de ética odontológica. *Revista Clínica de Ortodontia Dental Press*, Vol 12, Issue 2, p72.