



ORIGINAL

Risk analysis of the promotion and access to oral health products through the figure of influencers in the social network Tiktok

Análisis de los riesgos de la promoción y acceso a los productos de salud bucodental a través de la figura de influencers en la red social Tiktok

Jeanna María José Sandoval Frattallone¹, Maria Isabel Brusca¹ , Maria Laura Garzon¹ , Atilio Vela Ferreira¹

¹Universidad Abierta Interamericana, Facultad de Medicina y Ciencias de la Salud, Carrera de Odontología. Buenos Aires, Argentina.

Citar como: Sandoval Frattallone MJ, Brusca MI, Garzon ML, Vela Ferreira A. Risk analysis of the promotion and access to oral health products through the figure of influencers in the social network Tiktok. Health Leadership and Quality of Life. 2024; 3:.536. <https://doi.org/10.56294/hl2024.536>

Enviado: 15-04-2024

Revisado: 01-09-2024

Aceptado: 17-11-2024

Publicado: 18-11-2024

Editor: PhD. Prof. Neela Satheesh 

ABSTRACT

The use of social media influencers has significantly transformed the promotion of dental products. These trendsetters, without dental training, disseminate information and recommend products that can have adverse effects on the oral health of their followers. In Argentina, the problem of intrusiveness in the dental profession has grown with the popularity of different platforms such as TikTok. This recent and understudied phenomenon poses significant risks to public health and the integrity of the dental profession.

Keywords: Social Media; Influencers; Marketing; Body Image; Self-Esteem; Intrusion; Laws; Dentistry; Dental Aesthetics; Oral Health Risks; Oral Integrity; Tiktok; False Brackets; Adolescents.

RESUMEN

El uso de influencers en redes sociales ha transformado significativamente la promoción de productos dentales. Estos creadores de tendencias sin formación odontológica difunden información y recomiendan productos que pueden tener efectos adversos en la salud bucal de sus seguidores. En Argentina, el problema del intrusismo en la profesión odontológica ha crecido con la popularidad en distintas plataformas como ser TikTok. Este fenómeno reciente y poco estudiado plantea riesgos importantes para la salud pública y la integridad de la profesión odontológica.

Palabras clave: Redes Sociales; Influencers; Marketing; Imagen Corporal; Autoestima; Intrusismo, Leyes; Odontología; Estética Dental; Riesgos de la Salud Bucodental; Integridad Bucal; Tiktok; Brackets Falsos; Adolescentes.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación busca describir los posibles efectos en la salud de las personas que siguen terapias odontológicas promovidos por influencers, quienes son personas no habilitadas y sin título oficial universitario, que lo realizan a través de la red social tiktok.

El intrusismo en el ejercicio de la odontología es uno de los problemas que ha crecido exponencialmente, sobre todo con la irrupción de las redes sociales. Este trabajo se va a desarrollar específicamente en la plataforma digital Tiktok y a través de los denominados influencers.

El intrusismo se considera que es el ejercicio ilegal o ejercer actividades profesionales sin tener el título que corresponda. Dentro de la odontología la ley lo define como: “Práctica o ejercicio de esta actividad profesional por una persona que no posea el correspondiente título habilitante o que no cumpla con los requisitos establecidos legalmente para el ejercicio de la profesión de odontólogo”.⁽¹⁾

Objetivo General

Identificar los riesgos de la promoción y acceso a los productos de salud bucodental sin supervisión profesional en la red social Tiktok.

MÉTODO

Se llevo a cabo en primer lugar, una revisión bibliográfica de tipo descriptivo.

Mediante la búsqueda de fuentes primarias en los siguientes repositorios digitales académicos: SciELO, Pubmed-Medline, ScienceDirect, ELSEVIER y Google Académico, revistas científicas.

Se incluyo en la búsqueda información oficial de organizaciones referentes para conseguir una contextualización de la problemática en diversas clínicas odontológicas sobre la problemática de los riesgos bucales sin supervisión profesional, así como la libre venta de materiales odontológicos no aprobados para su uso profesional.

Los artículos seleccionados son evaluados y clasificados según los siguientes criterios: Autor, origen, revista científica donde fueron publicados, diseño del estudio y nivel de evidencia. Se obtuvieron hallazgos significativos en función de actualizar el tema y responder la pregunta de investigación propuesta.

Los detalles de la estrategia de búsqueda se encuentran en la siguiente figura:

Base de datos	Estrategia de búsqueda
PubMed	Fashion braces AND alarming trend
Fecha de búsqueda: desde el año 2022 hasta la fecha	Social Media as Promotion of Dental AND Oral Health in Adolescents
Google académico: desde el año 2022 hasta la fecha	Marketing AND educación sanitaria
Scielo: desde el año 2022 hasta la fecha	Promoción y salud oral
Revistas científicas IUS ET SCIENTIA: desde la actualidad	Influencers AND redes sociales

Figura 1. Estrategia de búsqueda

Criterios de inclusión

- Estudios de trabajos de investigación y revisiones bibliográficas referidos a los temas de estudio.
- Estudios publicados entre los años 2010 y 2022.
- Estudios que relacionen 2 o más de las palabras claves
- Influencers que estén promocionando desafíos virales.
- Influencers que estén en campaña odontológica supervisada.

Criterios de exclusión

- Estudios con información incompleta.
- Estudios que no se encuentren bien planteados metodológicamente.
- Se realizará un análisis de los contenidos promovidos en una selección de 10 perfiles de influencers dentro de la red social Tiktok que comprendan nivel de seguidores entre 100K y 3M y que compartan: información odontológica, tratamientos relacionados con ellos e información sobre productos odontológicos.

RESULTADOS

En un principio, se identificaron más de 180 artículos a través de las siguientes bases de datos: SciELO, PubMed-Medline, ScienceDirect, ELSEVIER, Google Académico, y revistas científicas.

Tras una primera lectura de los títulos, se seleccionaron 140 artículos como potencialmente elegibles para una revisión más exhaustiva.

En la siguiente fase, a través de una lectura detallada, se descartaron 26 de estos artículos por no presentar las palabras claves, 48 fueron excluidos por enfocarse en temas no relacionados con la influencia de redes sociales en procedimientos odontológicos y estéticos, y 42 por ser revisiones bibliográficas. En lectura completa de 140 artículos fueron elegidos 24 trabajos de investigación.

De los datos obtenidos mediante la revisión bibliográfica, a continuación, se presenta un cuadro con un breve resumen con título, año, autor/es, de los trabajos de investigación que fueron 1.

Título	Autor	Año	Resultados	Conclusión
Efecto del <i>influencer</i> sobre el nivel de <i>engagement</i> en publicaciones.	Oneto González G, et al.	2020	Se recomienda acciones que estimulen el interés de seguidores, clientes y consumidores, resaltando el valor central y simbólico de la marca en el proceso de difusión y consumo.	El estudio sugiere que el <i>marketing</i> estratégico en redes sociales debe centrarse en el discurso para lograr un equilibrio entre el consumidor y la marca.
Las tendencias de la estética y su impacto en el sector dental.	Rosso R.	2017	El 99,7 % de los adultos estadounidenses cree que las sonrisas son un recurso social valioso y el 74 % cree que una sonrisa poco atractiva es un obstáculo para el éxito laboral, lo que aumenta la confianza y la motivación personal.	La atención a la imagen como un espejo de la identidad se refuerza con el uso de las redes sociales y la moda de los <i>selfies</i> , teniendo potencia en la industria de la estética y la belleza.
Influencer Marketing: Conecta tu marca con tu público.	San Miguel P.	2020	La creciente demanda de <i>influencers</i> en campañas de comunicación y <i>marketing</i> ha despertado el interés entre los jóvenes y numerosas empresas, las cuales han promocionado a <i>influencers</i> para obtener beneficios personales y han creado perfiles de <i>bots</i> .	La Asociación de <i>Marketing</i> (WOMMA) destaca la importancia de la transparencia y la confianza en el <i>marketing</i> de <i>influencers</i> y propone principios éticos tanto para las empresas como para los <i>influencers</i> .
Herramientas de publicidad en odontología límites legales y éticos.	Claire Ithurbide.	2021	El estudio se basó en las edades de los usuarios, generando así diferentes públicos, tiempo de conexión, intereses y la información en la que los odontólogos suelen usar para la interacción, generando el acercamiento y nuevas tendencias de autocuidado.	Si bien <i>TikTok</i> ofrece nuevas formas de conectarse con los pacientes, carece de supervisión de la información entre los usuarios. Los odontólogos deben considerar el uso y el tiempo que se dedica a conectar a estas generaciones.

Figura 2. Resumen de los artículos

Título	Autor	Año	Resultados	Conclusión
<i>Metal ions leachables from fake orthodontic braces incubated in simulated body fluid.</i>	Haleem R, Shafiai NAA, et al.	2021	Los <i>Brackets</i> falsos liberaron más de 100mg/l de diferentes iones de la composición durante los 28 días del periodo de inmersión.	Las muestras que poseían iones de sodio potasio y calcio mostraron tener niveles altos de iones liberados.
<i>Factors associated with the use of fashion braces of the Saudi Arabian Youth: application of the Health Belief Model.</i>	Alhazmi AS, Al Agili DE, , et al.	2021	La mayoría de los adolescentes desconocen los riesgos de los <i>brackets</i> falsos y los usan por razones estéticas. Los padres también carecen de información adecuada.	Se necesita una mayor educación y conciencia sobre los peligros de los <i>brackets</i> falsos tanto para adolescentes como para sus padres.
<i>Fashion braces: an alarming trend.</i>	Sorooshian S, et al.	2018	Los <i>brackets</i> de moda son populares entre adolescentes por su valor estético y de estatus, pero presentan graves riesgos de salud, incluidos daños internos y cáncer.	Es esencial fortalecer las leyes y políticas para monitorear y prevenir el uso de brackets de moda.
<i>Marketing de influencia: educación sanitaria online.</i>	García Rivero A, et al.	2021	Los <i>influencers</i> tienen más reconocimiento y repercusión que los profesionales sanitarios. Los posts sobre productos de salud obtienen un alto <i>engagement</i> , indicando buena aceptación pública.	Las campañas de <i>marketing</i> de influencia en el sector salud son exitosas debido a la confianza de los seguidores en los <i>influencers</i> , lo cual es riesgoso ya que a menudo la información no es veraz ni de calidad.
<i>Instagram and YouTube bloggers promote it, why should I buy? How credibility and parasocial interaction influence purchase intentions.</i>	Sokolova, K., et al.	2019	Los hallazgos del estudio podrían beneficiar a las marcas al ayudarlas a establecer relaciones de afiliación con personas influyentes basadas en sus habilidades persuasivas y parasociales, lo que les permitiría equilibrar la creatividad y el control y beneficiar a los bloggers.	La credibilidad y la conexión con personajes públicos influyen en la decisión de compra. Los hallazgos de esta investigación podrían ser favorables para los influenciadores al apoyarlos en la adopción de un comportamiento más persuasivo.

Figura 3. Resumen de los artículos

Titulo	Autor	Año	Resultados	Conclusión
<i>Social Media as Promotion of Dental and Oral Health in Adolescents.</i>	Pindobilowo, et al.	2023	Los adolescentes pueden adoptar un enfoque relacionado con la aceptación, la salud dental y bucal, la popularidad y la autoestima, influenciados por su atención a la estética o la estética.	El rápido crecimiento de los dispositivos inteligentes ha propiciado un mayor uso y una variedad de funciones, lo que hace que las redes sociales sean adecuadas para programas de promoción de la salud. Las redes sociales son herramientas educativas que se utilizan para aumentar el conocimiento sobre la salud bucodental, especialmente entre los adolescentes.
<i>Characterizing the Content Related to Oral Health Education on TikTok.</i>	Fraticelli L, et al.	2021	Se realizo un estudio basado con el <i>hashtag</i> #oralhealtheducation dando como resultado que se pudo aumentar la conciencia sobre la importancia de salud bucal y proporcionar información relevante.	El estudio revela que los videos de TikTok relacionados con la educación en salud bucodental no siempre son fiables y existe una diferencia de opiniones entre profesionales y usuarios. Recomienda a los usuarios ser cautelosos y criticos, ya que la participación de los profesionales sanitarios puede mejorar la calidad de los videos.

Figura 4. Resumen de los artículos

Titulo	Autor	Año	Resultados	Conclusión
<i>Influencers y publicidad encubierta en las redes sociales.</i>	Cabrera Caro L.	2021	Los proveedores de servicios de redes sociales han intentado influir en la publicidad abierta de diversas maneras, como permitir comentarios con fines comerciales, ofrecer vídeos de marca con un anuncio sobre su naturaleza comercial y facilitar esto en plataformas como <i>Facebook, Instagram y TikTok</i> . Sin embargo, estas medidas no han sido muy efectivas, como demuestra el informe del Consejo Audiovisual de Cataluña sobre el contenido publicitario abierto.	La publicidad debe ser reconocida por cualquier usuario, sin necesidad de esfuerzo cognitivo, y no toda comunicación debe ser advertida expresamente para cumplir con las exigencias del principio de autenticidad.
<i>The ethics behind social media influencers in dentistry.</i>	Nichols K, Pappas R.	2022	El preámbulo de la ADA enfatiza que el objetivo principal de la conducta odontológica es el beneficio del paciente. Los odontólogos deben priorizar los intereses del paciente, como la promoción de la salud dental, y todas las iniciativas de <i>marketing</i> deben reflejar honestidad, amistad, integridad, justicia y caridad. El contenido de las redes sociales debe reflejar los esfuerzos de los odontólogos.	Los odontólogos tienen la obligación de mejorar la salud de la comunidad y promover conocimiento en lugar de vender servicios. Además, mantener una conducta profesional en todo momento, incluyendo interacción en las redes sociales, y establezcan publicaciones no denigrantes.

Figura 5. Resumen de los artículos

Titulo	Autor	Año	Resultados	Conclusión
<i>The Power of Social Media on Esthetic Dental Choices in Arabian Gulf Region.</i>	Al Awdah AS, Ali BB, et al.	2018	Se realizó una encuesta donde el 53,4% sigue a un odontólogo o una clínica dental en las redes sociales, y el 91% cree que los odontólogos deberían comunicarse con la gente a través de las redes sociales. EL 64,2% tienen entre 18 y 25 años y prefieren las redes sociales para comunicarse. Las mujeres(67,8%) tienden a adquirir información bucal a través de las redes sociales.	Las redes sociales han mostrado efectos poderosos en Arabia Saudita y el Golfo de Pérsico, ya que las personas las utilizan cada vez más para comunicarse con los odontólogos, buscan información y compartir experiencias en cada consulta.
<i>The risks and benefits of social media in dental foundation training.</i>	Bhola S, Hellyer P.	2016	Grupos como "Para odontólogos, por odontólogos" brindaron una amplia gama de opiniones de médicos generales, especialistas y consultores. Sin embargo, los estudiantes siempre deben consultar la base de evidencia y los contactos profesionales para obtener opiniones confiables.	Las redes sociales son un recurso educativo inestimable y más utilizado para médicos en formación y experiencia. Si seguir adecuadas directrices, las redes sociales pueden ser una parte integral del aprendizaje y desarrollo.

Figura 6. Resumen de los artículos

Título	Autor	Año	Resultados	Conclusión
Veracidad de la información en <i>TikTok</i> acerca de carillas y coronas dentales en el sector anterior.	Castro Sandí D, et al.	2022	Los resultados mostraron que el número total de <i>likes</i> superó en un 100% al número de seguidores, lo que indica que cuantos más seguidores tenga un usuario, más <i>likes</i> recibirá. Se encontró que el contenido de los videos era inadecuado, ya que el 95% de los resultados lo consideraron apropiado para material didáctico para estudiantes de tercer año de odontología. <i>YouTube</i> fue considerada la plataforma más popular para crear contenido audiovisual, con un 64,2% de videos protagonizados por dentistas generales y un 4,5% de <i>influencers</i> . Sin embargo, no hubo una diferencia estadística significativa en la calidad del contenido.	<i>TikTok</i> es una herramienta en el área de salud que impulsa el crecimiento profesional, además de mantenerse informadas y exponer temas de interés, y además de tener cercanía con los pacientes.
<i>Fake news and dental education.</i>	da Silva MAD, et al.	2019	Los intereses económicos e ideológicos influyen rápidamente en las poblaciones vulnerables, lo que lleva a un rápido crecimiento de las tendencias de salud dental, como la pasta de dientes a base de carbono y otros productos aparentemente saludables, promocionados en las redes sociales, lo que promueve un sentido de autoridad sobre estos productos.	Las noticias falsas son un problema mundial que exige un esfuerzo internacional para desacreditar y promover las noticias verdaderas. Cada individuo en nuestra vida profesional diaria desempeña un papel crucial en la lucha contra este problema.

Figura 7. Resumen de los artículos

Titulo	Autor	Año	Resultados	Conclusión
<i>Effects of Social Media on Consumer Information Seeking and Purchase Intention of Oral Health Care Products Among Adults.</i>	Massie, M., Boyd, L., et al.	2023	El estudio encuestó a 308 participantes, en su mayoría hombres (56,2%), mayores de 37 años, con título en odontología (68,8%), del sur de EE. UU. y que habían trabajado como odontólogos durante dos años (72,8%). <i>Instagram</i> fue la plataforma más utilizada y las redes sociales se utilizaron con frecuencia para obtener información sobre productos de salud dental.	El estudio proporciona ideas iniciales sobre cómo los consumidores pueden utilizar las redes sociales para obtener información sobre productos de salud dental e influir en su decisión de compra, ayudando a los proveedores de salud dental a educar a los pacientes.
<i>Social media as a tool for oral health promotion: A systematic review.</i>	Farrokhi, F., et al.	2023	Los resultados son variados, pero se puede concluir que el uso de las redes sociales es una buena evidencia positiva para la mejora de la salud bucal.	La éxito de las intervenciones en la salud bucodental depende de enfoques basados en evidencia y la participación individual. Las plataformas en línea como <i>Facebook</i> , <i>YouTube</i> , <i>WhatsApp</i> , <i>Instagram</i> y <i>Telegram</i> son apropiadas, pero para promover la salud bucodental.
<i>Scoping review on the role of social media in oral health promotion.</i>	Chen, S., Xing, et al.	2022	Se identificaron 19 estudios originales publicados antes de abril de 2020 que cumplieron con los criterios de inclusión, de que las redes sociales tienen ventajas en información y que podrían seleccionarse para su uso en futuras investigaciones. Estos estudios abarcan educación, investigación en odontología, tratamiento clínico y odontología preventiva.	La aplicación de las redes sociales en la salud bucodental es avanzada con la tecnología de la información, requiere evaluación y supervisión del proceso de intercambio en línea y razonable selección de métodos e indicadores.

Figura 8. Resumen de los artículos

Titulo	Autor	Año	Resultados	Conclusión
<i>The role of social media in the training and continuing education of healthcare professionals in Eastern Saudi Arabia. Informatics in Medicine Unlocked,</i>	Alzain, Z, et al.	2021	La mayoría de los participantes de Arabia Saudita participaron en programas de formación y educación continua a través de las redes sociales, siendo <i>YouTube</i> la plataforma más popular. Las redes sociales resultaron útiles para mejorar los conocimientos, la creatividad y las habilidades para resolver problemas.	El estudio sugiere que se necesitan estrategias adecuadas para aumentar el uso de programas de formación y educación continua a través de las redes sociales en Arabia Saudita.
Rol de las redes sociales en la promoción de la salud bucal. Análisis narrativo	Luis Alejandro Ponte	2022	La recepción del mensaje y las investigaciones cruzadas sugieren que los niños y adolescentes tienen una mayor probabilidad de acceder e interactuar con información de salud en línea utilizando plataformas de redes sociales populares. Por consiguiente, la asistencia social y las plataformas de redes sociales fueron elementos psicosociales vinculados con la presencia de caries en jóvenes.	Las redes sociales y el avance en general de tecnologías innovadoras deben ser incluidos en el plan de estudios de los especialistas en odontología y en el campo de la salud en general, debido a que su utilización ética y cuidadosa tiene la capacidad de aportar de manera significativa al ámbito de la salud funcionando como una fuente de enseñanza y mejoramiento de los resultados clínicos para los pacientes.

Figura 9. Resumen de los artículos

Titulo	Autor	Año	Resultados	Conclusión
<i>Social media and its impact on child's oral health: A review</i>	Dhanraj Kalaivanan, et al.	2023	La implementación exitosa de diversas plataformas de redes sociales ayudo a usuarios a aumentar el conocimiento sobre artículos y servicios vinculados a la salud.	La tecnología digital ha sido ampliamente empleada para fomentar el bienestar general; No obstante, la utilización de la misma en el ámbito de la salud dental sigue siendo restringida, con solamente algunos pocos proyectos. De acuerdo con una revisión de los estudios, la percepción del cuidado de los dientes en la salud bucal es una parte crucial y las redes sociales cumplen una función importante, es fundamental promover la salud bucal de manera adecuada basado en pruebas.

Figura 10. Resumen de los artículos

Titulo	Autor	Año	Resultados	Conclusión
Enfoque ortodónico en el tratamiento multidisciplinario de pacientes adultos: El "stripping" y sus efectos sobre el diente y el periodonto	SADA-GARRALDA, Vicente, et al.	2004	Todo el estudio es válido solamente si se realiza el desgaste utilizando una técnica adecuada y siguiendo algunas normas establecidas. El hecho de mayor relevancia es que las paredes más gruesas de esmalte se encuentran en los molares y premolares, siendo en estos dientes donde se deben realizar los desgastes más importantes. En cambio en los incisivos, donde se encuentra el apiñamiento se usa técnica de desgaste, control de espacio y fijación, es posible corregir problemas de apiñamiento de hasta 8 mm sin necesidad de extraer piezas vitales.	Cuando un paciente adulto recibe tratamiento ortodónico, la técnica de <i>stripping</i> ayuda a crear el espacio necesario para corregir el apiñamiento dental y alinear las piezas dentarias sin requerir extracciones. El <i>stripping</i> , al ser realizado minuciosamente, no provoca daño en la pieza dental ni en los tejidos periodontales.

Figura 11. Resumen de los artículos

DISCUSIÓN

En un estudio señalaron que los brackets de moda en el Sudeste Asiático presentan riesgos graves para la salud, incluidos daños internos, debido a materiales tóxicos como el cadmio. Estos aditamentos de moda son populares por su valor estético y de estatus, pero su uso no supervisado puede ser mortal.^(2,3,4,5,6,7) No solo esa es la problemática sino también el lugar donde se colocan como en la calle, en centro estéticos, en salones de belleza, etc. En Argentina pasa algo diferente, en los consultorios odontológicos, algunos no se encuentran habilitados y en otros que si lo están, los profesionales muchas veces no son especialistas en ortodoncia.^(41,53)

Alanzi et al.⁽⁵⁴⁾ llevaron a cabo un estudio cualitativo en Arabia Saudita, donde entrevistaron a adolescentes y padres sobre el uso de brackets falsos. Descubrieron que muchos adolescentes y sus padres carecen de información adecuada sobre los riesgos, lo que enfatiza la necesidad de campañas de concienciación y educación. Este país árabe lo que tiene en particular es la odontología callejera, el uso de brackets falsos ha hecho que el mercado siga en crecimiento.

García Rivero et al.⁽⁴³⁾ investigaron el impacto del marketing de influencia en la salud a través de encuestas online y análisis de publicaciones en Instagram. Concluyeron que los influencers tienen un reconocimiento y repercusión mayores que los profesionales sanitarios. Los posts sobre productos de salud, como los blanqueadores dentales, obtienen un alto engagement a pesar de ser comerciales, lo que refleja una alta aceptación pública pero plantea riesgos debido a la posible falta de veracidad y calidad de la información.

La utilización de influencers en la publicidad a través de redes sociales debe ser abordada con un enfoque ético riguroso y con un compromiso claro con la transparencia. Los profesionales de la salud deben asegurar que cualquier contenido promocional sea claramente identificado como tal y que cumpla con los más altos estándares de veracidad y precisión. La autorregulación y la adhesión a códigos de conducta específicos son medidas cruciales para proteger tanto la integridad de la profesión como los intereses de los pacientes.

(8,9,10,11,12,13,16,21,29)

Haleem R et al.⁽⁴⁰⁾ analiza con detalle la liberación de iones de metales sobre la cavidad bucal, si bien coincidió en factores de riesgo a otras patologías el estudio no pudo seguir por posibilidades económicas y limitaciones en información ya que el vendedor también poseía información falsa.

La literatura revisada reporta varios productos dentales promocionados a través de redes sociales que presentan riesgos significativos para la salud. Un estudio de Alhazmi et al.⁽⁴¹⁾ analiza específicamente el uso de brackets de moda en Arabia Saudita. Estos productos, a menudo vendidos por proveedores no autorizados, pueden causar daños graves como infecciones y movimiento dentario no controlado. La popularidad de estos productos se debe, en parte, a su bajo costo y a la percepción de estatus que brindan, a pesar de los peligros asociados.

Sorooshian et al.⁽⁵³⁾ destacan que el bajo costo y la facilidad de acceso a estos productos son factores clave que impulsan su popularidad. Sin embargo, el desconocimiento sobre los posibles efectos adversos y la falta de regulación adecuada agravan la situación, exponiendo a los consumidores a riesgos significativos. Esto subraya la necesidad de una mayor educación y regulación en torno a la promoción de productos dentales a través de las redes sociales.

El autor García Rivero et al.⁽⁴³⁾ hacen énfasis en la alfabetización de la salud. Consideran que se deben establecer nuevas pautas publicitarias y estrategias de marketing pero direccionado a la salud. Como actualmente lo hacen las marcas comerciales, donde seleccionan influencers que tengan una gran cantidad de seguidores, y de esta manera promuevan un producto odontológico, lo cual aumentaría sus ventas. Un ejemplo es la celebridad Georgina Rodríguez, actual pareja del futbolista Cristiano Ronaldo, quien recomienda con frecuencia en Instagram el blanqueador dental Hi Smile. Los consejos de la celebrity cobran importancia porque alcanzan a más de 19 millones de personas de todo el mundo. Hoy en día los blanqueamientos dentales que son tendencia en redes sociales y cada vez más jóvenes recurren a ellos a pesar de no tener prácticamente información sobre sus beneficios y riesgos. Sería positivo que los famosos motiven a los pacientes a realizar visitas a los odontólogos antes de realizarse cualquier procedimiento odontológico.

Otro aspecto importante es la promoción de productos dentales no regulados a través de plataformas como TikTok. Según un estudio realizado por Fraticelli et al.⁽¹⁶⁾ se encontró que muchos videos de este medio social relacionados con la salud dental no cumplen con los estándares necesarios, lo que puede llevar a la diseminación de información incorrecta o engañosa, permitiendo que productos potencialmente dañinos sean promocionados sin una evaluación adecuada de su seguridad y eficacia.

Según el artículo de Nichols et al.⁽²²⁾ influencers deben divulgar cualquier compensación recibida y asegurarse de que sus recomendaciones se basen en evidencia y no en intereses comerciales. Esto es crucial para mantener la confianza del público y proteger la integridad de la información de salud compartida en las plataformas de redes sociales, en algunos momentos Instagram da como opción colocar publicidad o colaboración paga, en otros casos lo dicen ellos mismos, el problema en sí es que en algunos casos ni regresan a consulta para su evolución o cambian de profesional.

La literatura también resalta la importancia de encontrar más artículos relacionados con la promoción de productos dentales en redes sociales. La escasez de artículos relacionados con la promoción de productos dentales en las redes sociales limita nuestra comprensión completa de la problemática y subraya la necesidad de más investigaciones para obtener un panorama más amplio y detallado. La identificación de productos dentales peligrosos y la evaluación de las prácticas de promoción en redes sociales son esenciales para proteger la salud pública y garantizar que los consumidores estén adecuadamente informados.

Por lo tanto, la promoción de productos dentales a través de redes sociales presenta riesgos significativos que deben ser abordados mediante una mayor regulación, educación y una investigación continua.

García Rivero et al.⁽⁴³⁾ comentan que la participación activa de profesionales de la salud en las redes sociales es crucial para contrarrestar la difusión de información errónea. Los estudios revisados subrayan la necesidad de que los profesionales de la salud utilicen estas plataformas para educar al público y proporcionar información precisa y basada en evidencia. Como en productos anunciados en distintas páginas de compras poder interactuar con las ventajas y desventajas de la mano del profesional.

Este muestra que, aunque los perfiles de profesionales de la salud tienen menos seguidores que los influencers, su presencia en redes sociales puede ayudar a mejorar la alfabetización en salud y a corregir desinformación. Ejemplos de profesionales odontológicos son: Od. Federico Baena con 3,79M de suscriptores en YouTube, y en TikTok al odontólogo Romualdo Hostos con más de 319k en su comunidad lo encontramos con pseudomona un dentista en TikTok, quienes comparten información veraz y educativa en las redes sociales, son ilustrativos de esta positiva participación.

El poder de las redes sociales en las elecciones de tratamientos dentales estéticos es notable en la región del Golfo Árabe. Al Awdah et al.⁽³⁰⁾ se encontró que una gran mayoría de los participantes en su estudio tienden a buscar información odontológica y a comunicarse con el odontólogo a través de las redes sociales, lo que demuestra la influencia significativa de estas plataformas en la toma de decisiones de los pacientes. Se coincide con el autor la gran demanda que tienen las redes sociales y el giro que existe entre la consulta y el acercamiento con el paciente, poder ser más objetivos y recomendar lo que realmente se necesita desde el diagnóstico previo.

Además, Bhola et al.⁽²⁵⁾ destacan tanto los beneficios como los riesgos de las redes sociales en cuanto a la formación dental. Señalan que, si se usan adecuadamente, las redes sociales pueden ser una herramienta educativa valiosa, permitiendo a los profesionales de la salud compartir conocimientos y mejores prácticas algo que en la actualidad viene mejorando debido a que más profesionales se suman para dar puntos de vistas ante algunos procedimientos.

En TikTok, la veracidad de la información sobre carillas y coronas dentales ha sido cuestionada. El estudio de Castro Sandí et al.⁽⁵²⁾ encontró que varios de los videos analizados contienen información inadecuada, subrayando la necesidad de que los profesionales de la salud intervengan para proporcionar contenido preciso y educativo en esta plataforma. Son diversos los videos de carillas utilizados en los medios sociales para promocionar la práctica y la nueva imagen.

En Argentina está prohibido mostrar el procedimiento del antes y el después, ya que cada paciente es diferente a otro.^(14,15)

Por último, la proliferación de noticias falsas en salud, incluyendo la odontología, es una preocupación creciente. Da Silva et al.⁽³³⁾ discuten cómo las noticias falsas pueden influir negativamente en las decisiones de salud pública y la importancia de que los docentes y profesionales de la salud enseñen a los estudiantes a identificar y combatir la desinformación. En la actualidad varios estudiantes optan también por prácticas vistas en las redes sociales y lo relacionan a cualquier paciente sin saber el diagnóstico previo o porque el profesional llegó a la decisión de algún procedimiento, prácticas que en muchos de los casos son atractivamente fáciles, pero que son fuera del criterio para el universitario.

La participación activa y responsable de los profesionales de la salud en las redes sociales es esencial para mejorar la educación sanitaria y combatir la desinformación. A medida que las redes sociales continúan creciendo en popularidad e influencia, es vital que los profesionales de la salud mantengan una presencia fuerte y confiable en estas plataformas. Por ello Da Silva et al.⁽³³⁾ en su investigación fomentan la iniciativa de los profesionales, pero que en muchas ocasiones los profesionales deben mantener una comunicación desde la experiencia, diagnóstico y las investigaciones con evidencias para que tanto estudiantes, profesionales y pacientes perciban mayores resultados y amplitud de los temas.

Pindobilowo et al.⁽¹⁶⁾ en el estudio de las redes sociales de la promoción en salud dental en adolescentes, ha sido un área de interés creciente en la investigación de salud pública. Las plataformas de redes sociales ofrecen una oportunidad única para difundir información sobre salud e influir en los comportamientos de salud, incluyendo aquellos relacionados con la salud bucal. Esta síntesis tiene como objetivo presentar ideas clave de investigaciones recientes sobre los motivos para seguir explorando la mala recomendación de productos dentales de parte de los influencers. Las plataformas de redes se han demostrado ser efectivas para aumentar el conocimiento sobre la salud bucal a corto plazo. Además, diversas plataformas de redes sociales, incluyendo Instagram, YouTube y Telegram, se han utilizado eficazmente para promover la salud bucal entre diferentes poblaciones, incluyendo adolescentes y el público en general pero con un mejor control de parte del personal de salud.

Michelle S. Massie et al.⁽⁵⁵⁾ en su estudio de los efectos en intención de compra y cuidados de la salud bucal en adultos, arroja resultados que los compradores se fijan en las reseñas de otros compradores, afectando la información de decisión. Los vendedores deberían incluir también reseñas de especialistas.

Farrokhi et al.⁽⁵⁶⁾ refleja como las redes sociales impactan significativamente en cómo los adultos buscan información y toman decisiones de compra respecto a productos de cuidado bucal. Ya sea por las recomendaciones de amigos o las reseñas en las plataformas. Los creadores de tendencias también tienen una fuerte influencia en la adquisición de los productos, ya que muestran el artículo y este tiene un link donde los direcciona directo para llevar a cabo la compra. Por tal motivo, para aquellos que presenten miedo al odontólogo, hoy día es mucho más fácil acceder a productos sin concurrir al consultorio odontológico.

Pindobilowo⁽¹⁶⁾ menciona que las redes sociales son una valiosa herramienta educativa para mejorar el conocimiento sobre la salud bucal entre los adolescentes. Pueden ser utilizadas para implementar intervenciones de cambio de comportamiento de manera efectiva, ayudando a los jóvenes a adoptar mejores prácticas de higiene bucal. Ya que la interacción que tienen con el celular, con las redes sociales y el compartir, crece de manera exponencial, momento que es de importancia para los profesionales de hacer prevención. Las redes sociales son una valiosa herramienta educativa para mejorar el conocimiento sobre la salud bucal entre los adolescentes. Pueden ser utilizadas para implementar intervenciones de cambio de comportamiento de manera efectiva, ayudando a los jóvenes a adoptar mejores prácticas de higiene bucal.

Chen et al.⁽⁵⁷⁾ comunica también que las redes sociales son cada vez más populares para la promoción de la salud bucal, abarcando áreas como la educación en odontología, el tratamiento clínico y la odontología preventiva. Sin embargo, la calidad y la credibilidad de la información compartida necesitan una evaluación y supervisión cuidadosas para asegurar resultados positivos en la salud.

CONCLUSIONES

El impacto de los influencers y redes sociales, especialmente en plataformas como TikTok, ha facilitado la difusión indiscriminada de productos y procedimientos odontológicos sin supervisión profesional, generando un entorno propicio para la proliferación de prácticas clandestinas e inseguras. Entre las intervenciones más riesgosas se encuentran el blanqueamiento dental ambulatorio sin control, la autolimpieza con dispositivos ultrasónicos, la colocación de brackets falsos y técnicas como el Yaebea y el stripping. Estas prácticas, al no estar respaldadas por un diagnóstico clínico previo ni por profesionales competentes, comprometen gravemente la salud bucal del paciente, causando desde desgastes irreversibles en el esmalte, infecciones, maloclusiones y pérdida de piezas dentarias.

Los procedimientos ilegales, como la ortodoncia callejera o el uso de materiales no autorizados, reflejan un vacío de regulación y control sanitario que debe ser abordado urgentemente por las autoridades competentes y la comunidad odontológica. La presencia de metales tóxicos en brackets de fantasía o la aplicación incorrecta de blanqueadores dentales vendidos en plataformas de comercio electrónico, ejemplifican los riesgos a los que se exponen los pacientes, a menudo sin ser plenamente conscientes de las consecuencias. Estos tratamientos se han popularizado por influencers, por la accesibilidad económica y la falsa promesa de resultados estéticos rápidos, sin considerar los daños que pueden generar tanto en los tejidos dentarios como periodontales.

Los nuevos odontólogos se enfrentan al desafío de atender pacientes que llegan a consulta con complicaciones derivadas de estas prácticas peligrosas, lo que exige no solo competencias técnicas, sino también habilidades diagnósticas avanzadas para identificar y revertir los daños ocasionados. En muchos casos, las intervenciones necesarias para corregir estas afecciones implican tratamientos complejos y prolongados, como rehabilitaciones protésicas, ortodoncia especializada o cirugías periodontales. Por ello, es fundamental que los profesionales adopten un enfoque integral, ofreciendo a los pacientes un acompañamiento adecuado en su proceso de recuperación y restaurando tanto su salud como su confianza en la práctica odontológica formal.

Este panorama subraya la necesidad de fortalecer la regulación de la promoción de productos y tratamientos odontológicos en redes sociales, exigiendo transparencia en la publicidad y sancionando la difusión de contenidos que puedan inducir al uso inadecuado de procedimientos médicos. Además, se destaca la importancia de impulsar campañas masivas de concientización dirigidas a educar a la sociedad sobre los riesgos asociados a estas prácticas. La participación activa de los profesionales de la salud en las plataformas digitales es esencial para contrarrestar la desinformación y promover hábitos saludables, presentando información basada en evidencia científica y alineada con los estándares éticos de la profesión.

Por último, esta investigación invita a continuar explorando el impacto de las redes sociales en la salud bucal, fomentando estudios más profundos sobre los riesgos potenciales de estas modas estéticas y desarrollando estrategias preventivas que minimicen el daño a los pacientes. Los futuros odontólogos deben mantenerse en constante actualización, asumiendo un rol preventivo y educativo para proteger la salud de la población. Solo a través de la colaboración entre instituciones, profesionales y plataformas digitales será posible establecer un equilibrio entre la promoción de la estética dental y la protección de la salud pública, garantizando así una atención de calidad que responda a las necesidades reales de los pacientes en un entorno cada vez más influenciado por las redes sociales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. SAIJ - Sistema Argentino de Información Jurídica [Internet]. SAIJ. [citado el 31 de agosto de 2023].
2. SAIJ - Sistema Argentino de Información Jurídica [Internet]. SAIJ. [citado el 31 de agosto de 2023].
3. Cabrera CL. Influencers y publicidad encubierta en las redes sociales. IES [Internet]. 30 de diciembre de 2021 [citado el 4 de mayo de 2024];7(2):7-28. Disponible en: <https://revistascientificas.us.es/index.php/ies/article/view/18055>
4. Evaluación de riesgo [Internet]. Paho.org. [citado el 31 de agosto de 2023]. Disponible en: <https://www.paho.org/es/deteccion-verificacion-evaluacion-riesgos-dve/evaluacion-riesgo>
5. La OMS destaca que el descubierto de la salud bucodental afecta a casi la mitad de la población mundial [Internet]. Quien.int. [citado el 31 de octubre de 2023]. Disponible en: <https://www.who.int/es/news/item/18-11-2022-who-highlights-oral-health-neglect-affecting-nearly-half-of-the-world-s-population>

6. Romero-González AT. Biofilm y resistencia antimicrobiana. Arco Médico Camagüey [Internet]. 2020 [citado el 14 de mayo de 2023];24(4). Disponible en: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1025-02552020000400001
7. Contreras Rengifo A. La promoción de la salud general y la salud oral: una estrategia conjunta. Rev Clínica Periodoncia Implantología Rehabilitación Oral [Internet]. Disponible en: https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0719-01072016000200018&lng=es&nrm=iso&tlng=es
8. Paho.org. [citado el 31 de mayo de 2024]. Disponible en: <https://www3.paho.org/hq/dmdocuments/2017/promocion-salud-intersectorialidad-concurso-2017-educacion.pdf>
9. Inocente-Díaz ME, Pachas-Barrionuevo FM. Educación para la salud en odontología. Rev Estomatológica Herediana. 2012;22(4):232-41. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15127769006>
10. Preguntas más frecuentes OMS [Internet]. Quien.int. [citado el 31 de agosto de 2023]. Disponible en: <https://www.who.int/es/about/frequency-asked-questions>
11. Saliba-Garbin CA, Isper-Garbin AJ, Moreira-Arcieri R, Saliba NA, Gonçalves PE. La salud bucal en la percepción del adolescente. Rev Salud Pública [Internet]. [citado el 10 de octubre de 2022]. Disponible en: <https://www.scielosp.org/pdf/rsap/v11n2/v11n2a11.pdf>
12. Figueiredo MC, Faustino-Silva DD, Lansing Faneze J, Gass E, Da Silva L, Valença Correia K. El papel del odontólogo como facilitador de la relación con el paciente adolescente: una revisión de literatura. Odontoestomatología. 2010;12(14). Disponible en: <http://www.scielo.edu.uy/pdf/ode/v12n14/v12n14a03.pdf>
13. Rojas Alcayaga G, Misrachi Launert C. La interacción paciente-dentista, a partir del significado psicológico de la boca. Av Odontoestomatología [Internet]. 2004 [citado el 11 de octubre de 2022];20(5):239-45. Disponible en: https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0213-12852004000500004
14. Díaz-Reissner CV, Casas-García I, Roldán-Merino J. Calidad de vida relacionada con salud oral: impacto de diversas situaciones clínicas odontológicas y factores sociodemográficos. Rev Odontoestomatología [Internet]. 2017 [citado el 15 de diciembre de 2022];11(1):31-9. Disponible en: https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718381X2017000100005
15. Díaz-Reissner CV, Casas-García I, Roldán-Merino J. Calidad de vida relacionada con salud oral: impacto de diversas situaciones clínicas odontológicas y factores sociodemográficos. Rev Odontoestomatología [Internet]. 2017 [citado el 15 de diciembre de 2022];11(1):31-9. Disponible en: https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718381X2017000100005
16. Pindobilowo DMF, Lubis AY, Wahyuningsih H. Social media as promotion of dental and oral health in adolescents. Formosa J Agric Soc Sci [Internet]. 2023 [citado el 4 de julio de 2024];2(3):313-26. Disponible en: <https://journal.formosapublisher.org/index.php/fjas/article/view/3229>
17. Rosso R. Las tendencias de la estética y su impacto en el sector dental [Internet]. Gaceta Dental. 2017 [citado el 11 de octubre de 2022]. Disponible en: <https://gacetadental.com/2017/01/las-tendencias-de-la-estetica-y-su-impacto-en-el-sector-dental-12678>
18. SAIJ - Sistema Argentino de Información Jurídica [Internet]. SAIJ. [citado el 31 de octubre de 2024]. Disponible en: <http://www.saij.gob.ar/17132-nacional-regimen-legal-ejercicio-medicina-odontologia-actividades-auxiliares-mismas-Ins0001226-1967-01-24/123456789-0abc-defg-g62-21000scanyel>
19. Oneto González G, Pérez Curiel C, Riscart López J. Efecto del influencer sobre el nivel de engagement en publicaciones de Instagram. Redmarka Rev Mark Apl [Internet]. 2020 [citado el 4 de septiembre de 2024];24(2):76-94. Disponible en: <https://revistas.udc.es/index.php/REDMARKA/article/view/redma.2020.24.2.7069>
20. Cabrera Caro L. Influencers y publicidad encubierta en las redes sociales. IES [Internet]. 2021 [citado el 4 de julio de 2024];7(2):7-28. Disponible en: <https://revistascientificas.us.es/index.php/ies/article/view/18055>

21. Sokolova K, Kefi H. Instagram and YouTube bloggers promote it, why should I buy? How credibility and parasocial interaction influence purchase intentions. *J Retail Consum Serv* [Internet]. 2019. doi:10.1016/j.jretconser.2019.01
22. Nichols K, Pappas R. The #ethics behind social media influencers in dentistry. *J Am Dent Assoc.* 2022;153(10):1010-1011. doi: 10.1016/j.adaj.2022.07.008
23. Ponte LA, Morante Tinoco AT, Martínez Vásquez MG, Medina Díaz AC. Rol de las redes sociales en la promoción de la salud bucal. *Odontología: Revisión de la Literatura* [Internet]. 2022 [citado el 31 de mayo de 2024]. Disponible en: <https://doi.org/10.55361/cmdlt.v16i.116>
24. Ithurbide C. Herramientas de publicidad en odontología: límites legales y éticos. España; Trabajo de Fin de Grado, 2021 [citado el 31 de mayo de 2024]. Disponible en: <https://repositorio.uax.es/handle/20.500.12080/26072>
25. Bhola S, Hellyer P. The risks and benefits of social media in dental foundation training. *Br Dent J.* 2016;221(1):609-613. doi: 10.1038/sj.bdj.2016.854
26. Nichols K, Pappas R. The #ethics behind social media influencers in dentistry. *J Am Dent Assoc.* 2022;153(10):1010-1011. doi: 10.1016/j.adaj.2022.07.008
27. Fraticelli L, Smentek C, Tardivo D, et al. Characterizing the content related to oral health education on TikTok. *Int J Environ Res Public Health.* 2021;18(24):13260. doi: 10.3390/ijerph182413260
28. Al Awdah AS, Ali BB, Al Twaim S, et al. The power of social media on esthetic dental treatment choices in Arabian Gulf Region. *Int J Dent Oral Health.* 2018;5(1). doi: 10.16966/2378-7090.280
29. Castro Sandí D, Fonseca Masís N, et al. Veracidad de la información en TikTok™ acerca de carillas y coronas dentales en el sector anterior. *IDental.* 2022;14(1):40-51. Disponible en: <https://revistas.ulacit.ac.cr/index.php/iDental/article/view/76>
30. Sorooshian S, Kamarozaman AA. Fashion braces: an alarming trend. *Sao Paulo Med J.* 2018;136(5):497-498. doi: 10.1590/1516-3180.2018.0296250718
31. Alzain Z, Alfayez A, Als Salman D, Alanezi F, Hariri B, Al-Rayes S, et al. The role of social media in the training and continuing education of healthcare professionals in Eastern Saudi Arabia. *Inform Med Unlocked.* 2021;24:100587. doi: 10.1016/j.imu.2021.100587
32. Massie MS, Boyd LD, Mullikin CL, Vineyard J. Effects of social media on consumer information seeking and purchase intention of oral health care products among adults. *J Dent Hyg.* 2023;97(6):15-25. PMID: 38061809
33. Farrokhi F, Ghorbani Z, Farrokhi F, Namdari M, Salavatian S. Social media as a tool for oral health promotion: A systematic review. *PLoS One.* 2023;18(12):e0296102. doi: 10.1371/journal.pone.0296102. PMID: 38113216; PMCID: PMC10729958
34. Chen S, Xing X, Zhang W. Scoping review on the role of social media in oral health promotion. *Eur Rev Med Pharmacol Sci.* 2022;26(22):8256-8264. doi: 10.26355/eurrev_202211_30357
35. Guilarte C, Perrone M. Microorganismos de la placa dental relacionados con la etiología de la periodontitis. *Acta Odontol Venez* [Internet]. 2004 [citado el 7 de octubre de 2023];42(3):213-7. Disponible en: https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0001-63652004000300012
36. Equipo de la Torre - Dentistas en Madrid. Denuncian la venta al público de aparatos para realizar limpiezas dentales [Internet]. *Clínica Dental -*. 2021 [citado el 15 de diciembre de 2022]. Disponible en: <https://www.clinicadentalequipodelatorre.es/blog/denuncian-la-venta-al-publico-de-aparatos-para-realizar-limpiezas-dentales/>
37. Da Silva MA, Walmsley AD. Fake news and dental education. *Br Dent J.* 2019;226:297-399.

38. Marcano OL. Ortodoncia callejera y los pega-brackets [Internet]. Sobredosis. Luis Marcano. 2022 [citado el 15 de octubre de 2022]. Disponible en: <https://odluismarcano.com/ortodoncia/callejera/>
39. Quirós O. Introducción a la ortodoncia. Acta Odontol Venez [Internet]. 2004 [citado el 13 de octubre de 2023];42(3):230-1. Disponible en: https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0001-63652004000300015
40. Hernández RG. Inicios de la Ortodoncia moderna: Edward H. Angle. Ortodoncia Actual. 2012;9(32):44-50. Disponible en: <https://www.imbiomed.com.mx/articulo.php?id=84638>
41. Alvarado-Torres E, Rojas-García AR. Efectos indeseados en el tratamiento ortodóncico. Revisión de la literatura [Internet]. Ortodoncia.ws. 2015 [citado el 22 de octubre de 2022]. Disponible en: <https://www.ortodoncia.ws/publicaciones/2015/art-17/>
42. Cossio-Escobar M. Cómo pide nuestro cuerpo la ortodoncia. [Internet]. 2014 [citado el 31 de mayo de 2024]. Disponible en: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-971X2014000100008
43. Zmener O, Della Porta R. Endodoncia y ortodoncia. Parte 2. Casos clínicos. Rev Asoc Odontol Argent [Internet]. 2021 [citado el 25 de enero de 2024];108(3):143-52. Disponible en: https://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2683-72262020000300143
44. Haleem R, Shafiai NAA, Noor SNFM. Metal ions leachables from fake orthodontic braces incubated in simulated body fluid. BMC Oral Health. 2021;21(1):507. doi: 10.1186/s12903-021-01880-x. PMID: 34625067; PMCID: PMC8501626
45. Alhazmi AS, Al Agili DE, Aldossary MS, Hakami SM, Almalki BY, Alkhaldi AS, et al. Factors associated with the use of fashion braces of the Saudi Arabian youth: application of the Health Belief Model. BMC Oral Health. 2021;21(1):251. doi: 10.1186/s12903-021-01609-w. PMID: 33971859; PMCID: PMC8108328
46. Mercado Libre. Ejercitador de gel para mandíbula fortalece boca ejercicio [Internet]. Com.uy. [citado el 27 de septiembre de 2024]. Disponible en: https://articulo.mercadolibre.com.uy/MLU-615441085-ejercitador-de-gel-para-mandibula-fortalece-boca-ejercicio-_JM
47. García Rivero A, Carbonell-Curralló EG, Magán-Álvarez A, Barberá-González R. Marketing de influencia: educación sanitaria online. Rev Comun Salud. 2021;11:19-57. doi: 10.35669/rcys.2021.11.e268
48. Dictionary.cambridge.org. Diccionario inglés-español [Internet]. Disponible en: <https://dictionary.cambridge.org/es/diccionario/ingles-espanol/strip>
49. Rodríguez Rivera N, Lee Garcés Y, Imbert Fuentes Y, Legrá S, Basulto Ocaña N. Aplicación de stripping o desgaste interdentario en pacientes con discrepancia hueso-diente negativa. Rev Inf Científica [Internet]. 2013;79(3):230-1. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=551757266006>
50. Jasso LDV. Irregularidades del esmalte dental producidas por el stripping dental en ortodoncia [Internet]. Michoacán. 2014 [citado el 31 de mayo de 2024]. Disponible en: http://bibliotecavirtual.dgb.umich.mx:8083/xmli/bitstream/handle/DGB_UMICH/4561/FO-E-2014-0683.pdf?sequence=1
51. Sada-Garralda V, Caffesse RG. Enfoque ortodóncico en el tratamiento multidisciplinario de pacientes adultos: el “stripping” y sus efectos sobre el diente y el periodonto. RCOE [Internet]. 2004 [citado el 4 de febrero de 2023];9(2):179-89. Disponible en: https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1138-123X2004000200004
52. Clínica Dental Jorge Mato. Yaeba. La moda de los dientes torcidos [Internet]. 2016 [citado el 1 de mayo de 2023]. Disponible en: <https://clinicadentaljorgemato.com/yaeba-la-moda-de-los-dientes-torcidos/>
53. Xi Man Poon R. La sonrisa perfecta - Parte 4. Br Dent J. 2018;225:698. doi: 10.1038/sj.bdj.2018.952
54. Pérez L, Matilde M. Trauma oclusal causado por restauraciones sobreobturadas. Universidad de Guayaquil. Facultad Piloto de Odontología; 2014. Disponible en: <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/6198>

55. Castro Sandí D, Fonseca Masís N, Martínez Valerio C, Molina Calderón R, Monge Astúa J, Sibaja Ampié S. Veracidad de la información en TikTok™ acerca de carillas y coronas dentales en el sector anterior. IDental. 2022;14(1):40-51. Disponible en: <https://revistas.ulacit.ac.cr/index.php/iDental/article/view/76>

56. Sorooshian S, Kamarozaman AA. Fashion braces: an alarming trend. Sao Paulo Med J. 2018;136(5):497-8. doi: 10.1590/1516-3180.2018.0296250718

57. Alzain Z, Alfayez A, Alsalmán D, Alanezi F, Hariri B, Al-Rayes S, et al. The role of social media in the training and continuing education of healthcare professionals in Eastern Saudi Arabia. Inform Med Unlocked. 2021;24:100587. doi: 10.1016/j.imu.2021.100587.

FINANCIACIÓN

Los autores no recibieron financiación para el desarrollo de la presente investigación.

CONFLICTO DE INTERÉS

Los autores declaran que no existe conflicto de intereses.

CONTRIBUCIÓN DE AUTORÍA

Conceptualización: Jeanna María José Sandoval Frattallone, Maria Isabel Brusca, Maria Laura Garzon, Atilio Vela Ferreira.

Curación de datos: Jeanna María José Sandoval Frattallone, Maria Isabel Brusca, Maria Laura Garzon, Atilio Vela Ferreira.

Análisis formal: Jeanna María José Sandoval Frattallone, Maria Isabel Brusca, Maria Laura Garzon, Atilio Vela Ferreira.

Redacción - borrador original: Jeanna María José Sandoval Frattallone, Maria Isabel Brusca, Maria Laura Garzon, Atilio Vela Ferreira.

Redacción - revisión y edición: Jeanna María José Sandoval Frattallone, Maria Isabel Brusca, Maria Laura Garzon, Atilio Vela Ferreira.