



A INFLUÊNCIA DAS MÍDIAS SOCIAIS NAS TENDÊNCIAS ESTÉTICAS DENTAIS E FACIAIS: UMA REVISÃO DE LITERATURA

Sarah de Moraes Pelet ¹, Daniella Cristina Borges ³, Leonardo Bísvaro Pereira ³, Lorene Queiroz Casali Reis ², Marcos Bilharinho de Mendonça ², Rodrigo Soares de Andrade ³, Ivania Aparecida Pimenta Santos Silva ²



<https://doi.org/10.36557/2674-8169.2024v6n9p3470-3500>

Artigo recebido em 31 de Julho e publicado em 21 de Setembro

REVISÃO INTEGRATIVA DA LITERATURA

RESUMO

O consumo de conteúdos midiáticos vem aumentando cada vez mais durante as últimas décadas. Neste contexto, a mídia e as redes sociais se tornaram meios poderosos de disseminação de tendências de beleza, promovidas frequentemente por influenciadores digitais. Essas figuras têm grande impacto sobre seus seguidores, moldando percepções de estética e incentivando a busca por tratamentos que muitas vezes priorizam a aparência em detrimento da funcionalidade e saúde biológica. Diante deste cenário, faz-se necessário discutir sobre a influência das mídias sociais no aumento da busca por procedimentos odontológicos estéticos. O objetivo deste estudo foi avaliar a influência das mídias sociais sobre a crescente demanda por tratamentos odontológicos estéticos padronizados, visando compreender seu impacto no surgimento de tendências estéticas dentais e faciais. Pretendeu-se ainda esclarecer a conduta do cirurgião-dentista diante deste contexto em constante transição. O método utilizado para este estudo foi uma revisão integrativa da literatura nas plataformas PubMed, Scielo e Google Scholar. Além das plataformas, com intuito de contextualização, foi realizada busca manual nas referências dos artigos selecionados. Esta pesquisa revelou a significativa influência das mídias sociais no aumento da busca por procedimentos estéticos padronizados, a presença ativa de cirurgiões-dentistas nas mídias e redes sociais, a importância da legislação que regula a profissão e a conduta dos profissionais neste cenário. Concluiu-se que as mídias sociais geram impactos significativos nas percepções de estética odontológica e incentivam a busca por procedimentos estéticos padronizados, sendo responsabilidade dos cirurgiões-dentistas o desenvolvimento de abordagens que proporcionem mais saúde e conforto aos pacientes, priorizando especialmente a parte funcional e biológica.

Palavras-chave: Mídias sociais. Odontologia estética. Rede social. Sorriso. Ética odontológica.

THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA ON DENTAL AND FACIAL AESTHETIC TRENDS: A LITERATURE REVIEW

ABSTRACT

The consumption of media content has been increasing more and more over the last few decades. In this context, the media and social networks have become powerful means of disseminating beauty trends, often promoted by digital influencers. These figures have a great impact on their followers, shaping perceptions of aesthetics and encouraging the search for treatments that often prioritize appearance over functionality and biological health. Given this scenario, it is necessary to discuss the influence of social media in increasing the search for aesthetic dental procedures. The objective of this study is to evaluate the influence of social media on the growing demand for standardized aesthetic dental treatments, aiming to understand its impact on the emergence of dental and facial aesthetic trends. It is also intended to clarify the dentist's conduct in this context in constant transition. The method used for this study was an integrative literature review on the PubMed, Scielo and Google Scholar platforms. In addition to the platforms, with the aim of contextualization, a manual search was carried out in the references of the selected articles. This research revealed the significant influence of social media in increasing the search for standardized aesthetic procedures, the active presence of dental surgeons on media and social networks, the importance of legislation that regulates the profession and the conduct of professionals in this scenario. It was concluded that social media generates significant impacts on the perceptions of dental aesthetics and encourages the search for standardized aesthetic procedures, with dental surgeons being responsible for developing approaches that provide greater health and comfort to patients, giving special priority to the functional and biological part from them.

Keywords: Social media. Aesthetic dentistry. Social network. Smile. Dental ethics.

Instituição afiliada – ¹ Graduanda em odontologia pelo - Centro Universitário de Patos de Minas. ² Professor(a) Me(a). da Faculdade de odontologia do Centro Universitario de Patos de Minas. ³ Professor(a) Dr(a). da Faculdade de odontologia do Centro Universitario de Patos de Minas.

Autor correspondente: Sarah de Morais Pelet sarahpelet@unipam.edu.br

This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).





INTRODUÇÃO

O Código de Ética Odontológica (CEO) sofreu uma alteração importante em 2019 pela Resolução 196/2019, que passou a permitir a publicação de imagens relacionadas ao diagnóstico (antes) e ao resultado do tratamento (depois) (Brasil, 2019a). Isso permitiu que a Odontologia conquistasse seu espaço nas mídias sociais (Simplício, 2019). Entretanto, essa divulgação de imagens não pode ser feita de forma indiscriminada, devendo ser acompanhada do número de registro do cirurgião-dentista e de informações adicionais na legenda, inclusive deixando explícito que aquele resultado alcançado se aplica ao caso em questão (Brasil, 2019a). Além disso, para selfies postadas com pacientes, é imprescindível obter autorização prévia do paciente ou de seu representante legal por meio do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) (Emiliano; Oliveira; Santos, 2022).

Mídias sociais são meios populares de compartilhamento de pensamentos, ideias, conteúdos e/ou informações por meio de aplicativos ou websites, além de ser um recurso para ações de marketing, podendo ser considerado o “boca-a-boca online” (Appel, 2020). Simplício (2019) afirma que a atual formação de opiniões é altamente impactada pelas mídias sociais, sendo o Facebook, YouTube, Twitter, WhatsApp e Instagram os meios mais populares de comunicação social. O Brasil é o principal consumidor de mídias sociais da América Latina e os smartphones são instrumentos dominantes para acesso aos aplicativos (Simplício, 2019; Taneja *et al.*, 2022).

Os conteúdos midiáticos têm, cada vez mais, o potencial de atingir uma quantidade significativa de pessoas num curto espaço de tempo com tamanha eficácia, fazendo com que um grande público seja influenciado pelos seus ideais (Moreira, 2020). Constantemente a mídia nos inunda com publicações de tendências de beleza por meio de imagens de rostos e sorrisos simétricos e tratamentos da moda (Ríos, 2020). Os influenciadores digitais são os grandes responsáveis por disseminar estes padrões de beleza através de suas postagens, devido ao seu alto grau de influência, fazendo com que seus seguidores queiram copiar essas tendências (Moreira, 2020).

Segundo um estudo realizado por Alves (2018) por meio de um questionário online com 384 participantes, mais de 50% dos indivíduos utilizam alguma mídia social



por mais de 4 horas diárias. Esse elevado consumo da mídia exerce uma influência na preferência estética dos indivíduos, pois estão constantemente visualizando o mesmo padrão de beleza, fazendo com que a perspectiva sobre estética seja esculpida e coletiva e não mais subjetiva e pessoal (Alves, 2018).

A busca por tratamentos odontológicos estéticos vem aumentando cada vez mais durante as últimas décadas e isso se deve à influência dos conteúdos midiáticos (Mokhtar *et al.*, 2015; Ríos, 2020; Braga *et al.*, 2021). Atualmente, a estética facial e dental tornou-se um sinalizador importante de status social (Ríos, 2020). Esta não está mais relacionada apenas à vontade de se parecer com indivíduos populares admiráveis (Mokhtar *et al.*, 2015), ou no sucesso das relações interpessoais, mas também desempenha papel importante no âmbito profissional, aumentando as possibilidades de trabalho e, conseqüentemente melhorando a autoestima e aceitação social (Ríos, 2020; Braga *et al.*, 2021).

A relação entre mídias sociais e aumento da demanda por tratamentos odontológicos estéticos torna-se preocupante quando a parte biológica e funcional é negligenciada, dando máxima atenção apenas à necessidade de alcançar o belo imposto pela sociedade e pela mídia (Alves; Aras, 2014; Braga *et al.*, 2021). Portanto, os profissionais da área odontológica, principalmente aqueles que dedicam seu trabalho à estética dentária e facial, devem ter consciência dos danos que podem ser causados aos pacientes quando procedimentos são realizados de forma negligente (Braga *et al.*, 2021).

Considerando a relevância das mídias sociais na formação de opiniões, refletida no aumento exponencial de procura por procedimentos estéticos, o objetivo deste estudo é identificar a influência das mídias sociais nas tendências estéticas dentais e faciais por meio de uma revisão integrativa da literatura, viabilizando uma análise crítica da relação entre mídias sociais e tendências odontológicas estéticas e auxiliando os cirurgiões dentistas na adaptação de suas estratégias para melhor atender às demandas do mercado.



METODOLOGIA

Refere-se a um estudo de revisão integrativa da literatura, de natureza básica pura, abordagem qualitativa, objetivo exploratório descritivo e modalidade bibliográfica (Estrela, 2018). Foi realizada uma busca eletrônica nas plataformas PubMed, Scielo e Google Scholar, empregando descritores simples relacionados ao tema de interesse, como: “mídias sociais”; “odontologia estética”; “rede social”; “sorriso”; “ética odontológica”; “social media”; “aesthetic dentistry”; “social network”; “smile” e “dental ethics”, além de palavras-chave, como: “influência da mídia”; “tendências estéticas”; “media influence” e “aesthetic trends”, conectados pelos operadores booleanos OR e AND para os termos em inglês e OU e E para os termos em português. Além da busca eletrônica nas plataformas, foi realizada uma busca manual nas referências dos artigos selecionados. Para seleção dos artigos utilizados nesta pesquisa utilizou-se a estratégia PICO a partir da pergunta norteadora: “Como a exposição a conteúdos midiáticos influencia nas tendências estéticas dentais e faciais entre pacientes com acesso a diferentes plataformas de mídias sociais?”, sendo (P) “indivíduos com acesso a mídias sociais”; (I) “exposição a conteúdos midiáticos”; (C) “diferentes plataformas de mídias sociais”; e (O) “mudanças nas tendências e preferências estéticas dentais e faciais”

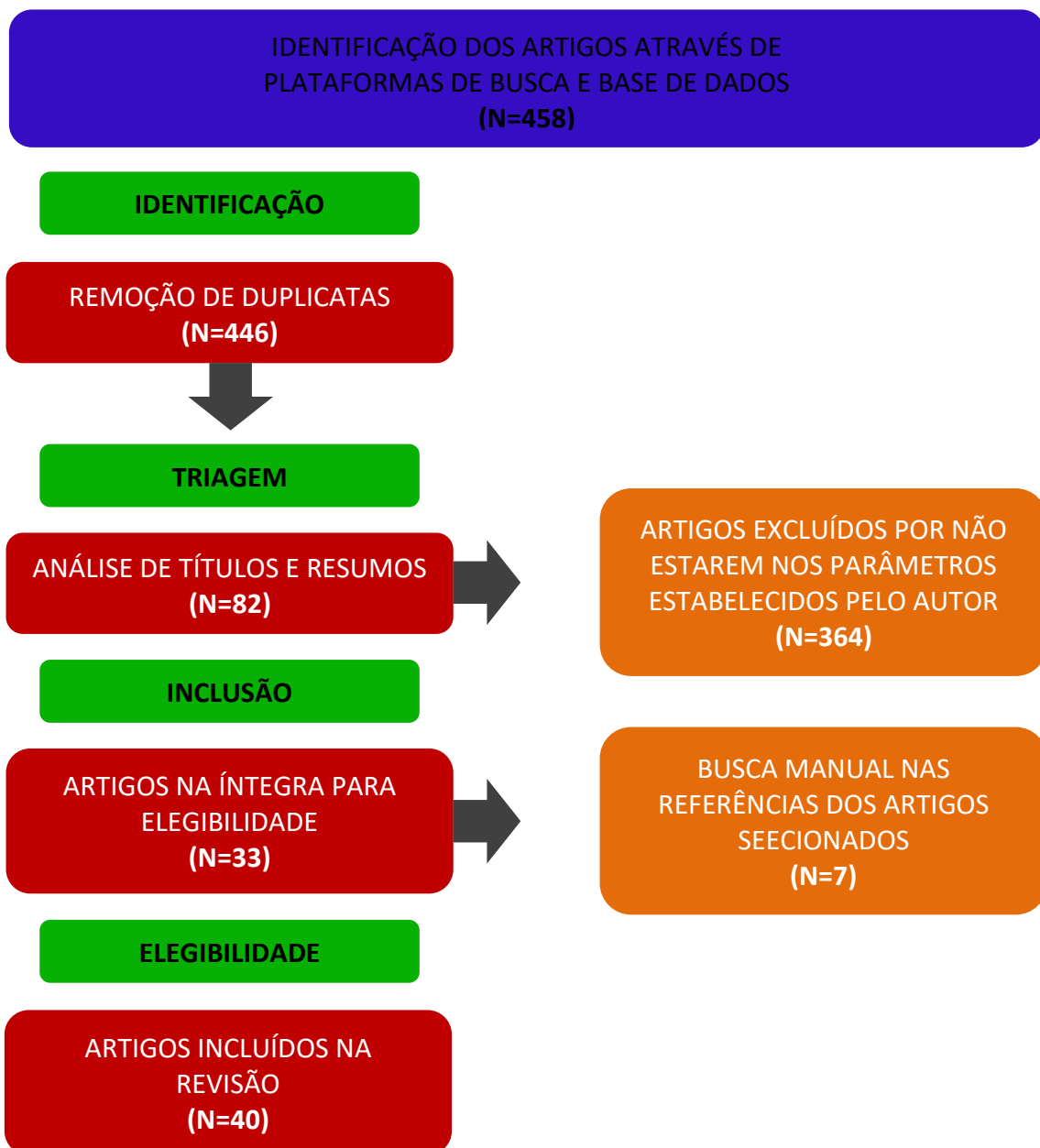
Os critérios de inclusão para encontrar os artigos que foram utilizados na pesquisa foram: (i) artigos que tinham como assunto a influência das mídias sociais nas tendências odontológicas estéticas dentais e/ou faciais; (ii) artigos publicados nos anos entre 2014 e 2024 (com exceção a Lei 5.081 de 1966, o Código de Ética Odontológica de 2012 e o Código de Defesa do Consumidor de 1990); (iii) artigos em todas as línguas, desde que abrangessem o tema de interesse para essa pesquisa. Já os critérios de exclusão foram definidos por: (i) artigos que se repetiram nas plataformas de busca; (ii) resumos e resumos expandidos; (iii) artigos que não foram disponibilizados na íntegra; (iv) artigos que não atenderam o objetivo proposto pela pesquisa.

RESULTADOS

A princípio foram encontrados 458 artigos nas plataformas PubMed, Scielo e Google Scholar, no entanto, após remoção de duplicatas pela análise de títulos e autores, permaneceram 446 artigos. Após a leitura dos títulos e resumos destes 446

artigos, apenas 82 foram separados para leitura do artigo na íntegra. A seguir, 28 artigos foram selecionados por apresentarem conteúdo com informações e dados úteis para responder à pergunta norteadora desta revisão. Dos 35 artigos utilizados nesta revisão, 7 foram encontrados manualmente nas referências dos artigos selecionados nas plataformas. O Fluxograma abaixo (Figura 1) mostra a elegibilidade dos artigos através dos critérios de inclusão e exclusão demonstrados na Metodologia deste estudo.

Figura 1 – Fluxograma do processo de seleção dos artigos



Fonte: Autoria Própria

Os artigos selecionados para esta revisão foram tabelados (Tabela 1) considerando o nome do autor e o ano de publicação, título e objetivo do estudo. Com exceção dos Códigos, Leis e Resoluções que foram tabelados separadamente (Tabela 2) considerando apenas o título, ano e sua breve descrição.

Tabela 1 – Artigos levantados nas plataformas PubMed, Scielo e Google Scholar sobre a influência das mídias sociais nas tendências estéticas odontológicas.

| Nº | Autor e Ano | Título | Objetivos | Resultados |
|-----------|--|--|---|--|
| 01 | Alves, G. N, Aras, W. M. de F., 2014. | Percepção de pacientes em relação à estética dentária. | Avaliar o grau de percepção da atratividade do sorriso entre os pacientes do curso de odontologia e a influência da mídia na opinião dos mesmos. | Os principais critérios para um sorriso bonito são: a cor esbranquiçada e o alinhamento dos dentes, e a mídia influencia essas percepções. Dentistas devem se atentar às expectativas para garantir estética, saúde e bem-estar dos pacientes. |
| 02 | Miranda, S.S.; Bulcão, J.A.; Dultra, C.A., 2015. | Publicidade e propaganda em odontologia: avaliação dos aspectos éticos envolvidos. | Avaliar o uso ético da publicidade e propaganda na Odontologia, fornecendo subsídios para estudantes e profissionais sobre o papel e a importância desses recursos em sua área. | Muitos dentistas desconhecem os parâmetros éticos da publicidade e propaganda, essenciais para a promoção da profissão. Seguir o Código de Ética é crucial para utilizar esses recursos de forma eficaz e evitar prejuízos à classe. |

| | | | | |
|----|--|---|---|---|
| 03 | Mokhtar, H.A. <i>et al.</i> , 2015. | The perception of smile attractiveness among Saudi population. | Avaliar as percepções de atratividade do sorriso entre a população de Jeddah, na Arábia Saudita, e examinar o conhecimento e o histórico dos pacientes sobre o que consideram um sorriso perfeito ou ideal. | A avaliação dos sorrisos gengival, reverso e diastema variou significativamente entre sauditas conforme origem, idade e sexo. Sorrisos "Fêmea Ideal" e "Homem Ideal" foram bem avaliados, indicando que esses padrões são referências válidas para um sorriso atraente. |
| 04 | Trushkowsky, R.D. <i>et al.</i> , 2015 | The Interplay of Orthodontics, Periodontics, and Restorative Dentistry to Achieve Aesthetic and Functional Success. | Explorar como a colaboração entre ortodontia, periodontia e odontologia restauradora podem alcançar sucesso estético e funcional. Destaca a importância de integrar essas especialidades para otimizar tratamentos dentários, equilibrando estética e funcionalidade. | Para obter resultados que melhorem não apenas a aparência, mas também garantam estabilidade a longo prazo e beneficiem a saúde bucal do paciente, pode ser necessário adotar uma abordagem interdisciplinar bem planejada e sequencial. |
| 05 | Vilaça, M.L.C.; Araujo, E.V.F., 2016 | Tecnologia, Sociedade e Educação na Era Digital. | A publicação visa explorar diversos aspectos das tecnologias digitais e | Tecnologias digitais são essenciais para inovações pedagógicas, mas muitas vezes não chegam às |



| | | | | |
|----|--------------------------------|---|---|---|
| | | | suas práticas sociais e discursivas, abordando temas como linguagem, educação, inclusão, sociedade da informação, corpo, cultura, políticas públicas e letramento digital. | salas de aula. É necessário aproximar universidades e escolas e capacitar professores para utilizar essas tecnologias eficazmente. |
| 06 | Zheng, M. <i>et al.</i> , 2017 | Efficiency, effectiveness and treatment stability of clear aligners: A systematic review and meta-analysis. | O objetivo deste estudo foi realizar uma revisão sistemática da literatura ortodôntica no que diz respeito à eficiência, eficácia e estabilidade do resultado do tratamento com alinhadores transparentes em comparação com o tratamento com braquetes convencionais. | Quatro ensaios clínicos com 252 participantes mostraram que alinhadores transparentes oferecem vantagens em tempo de tratamento e de cadeira em casos leves a moderados, mas não há diferenças significativas em estabilidade e características oclusais. As evidências são gerais e limitadas. |
| 07 | Alves, A. L. S., 2018. | A influência da mídia na percepção da estética | Analisar a influência da mídia atual sobre a estética odontológica. | A maioria dos participantes está satisfeita com seu sorriso, mas deseja |



| | | | | |
|----|--------------------------------|--|--|--|
| | | odontológica. | | ajustes estéticos. A mídia influencia mais os jovens, mas não afeta a opinião de mais da metade sobre figuras públicas. Padrões estéticos são moldados, mas nem sempre seguidos. |
| 08 | Estrela, C. 2018 | Metodologia Científica: Ciência, Ensino, Pesquisa. | Fornecer uma abordagem abrangente sobre os métodos e práticas da pesquisa científica, incluindo aspectos da ciência, ensino e pesquisa. A obra visa orientar estudantes e profissionais na compreensão e aplicação de métodos científicos, oferecendo uma base sólida para conduzir e avaliar pesquisas de forma eficaz. | A metodologia científica é crucial para produzir conhecimento rigoroso e confiável. Estrela destaca a importância de uma abordagem sistemática e estruturada, e a integração entre teoria e prática para avançar na ciência e melhorar o ensino. |
| 09 | Moraes, P.; Slob, E., 2018. | A influência da mídia social na saúde pública: impactos no | Investigar como a mídia social afeta a saúde pública, com foco específico nos impactos sobre o sistema | Mídias sociais afetam a saúde pública e o sistema estomatognático, pois informações não científicas podem induzir práticas prejudiciais, |

| | | | | |
|----|--------------------------------------|---|---|---|
| | | sistema estomatognático. | estomatognático. | como o uso inadequado de substâncias para clareamento dental. Regulação e educação são essenciais para garantir informações seguras. |
| 10 | Papazian, M.F. <i>et al.</i> , 2018. | Principais aspectos dos preenchedores faciais. | Revisar e discutir os principais aspectos dos preenchedores faciais, incluindo suas características, tipos, aplicações clínicas e considerações sobre segurança e eficácia. | Preenchedores faciais oferecem benefícios estéticos e clínicos, mas profissionais devem conhecer suas características, técnicas e efeitos adversos. Uma prática segura e informada é essencial para otimizar resultados e garantir a segurança dos pacientes. |
| 11 | Lorenzo, P.D. <i>et al.</i> , 2018 | Aesthetic dental procedures: legal and medico-legal implications. | Analisar as implicações legais e médico-legais dos procedimentos estéticos dentários, esclarecendo responsabilidades e desafios jurídicos dos dentistas, e abordando a prática segura, conformidade legal e possíveis | Procedimentos estéticos dentários enfrentam desafios legais e médico-legais. É essencial que os dentistas pratiquem com informações e documentação adequadas, cumpram normas e regulamentações, e se atualizem sobre implicações legais para |



| | | | | |
|----|---|---|--|--|
| | | | consequências legais. | garantir segurança e proteção. |
| 12 | Papadimitriou, A. <i>et al.</i> , 2018 | Clinical effectiveness of Invisalign® orthodontic treatment: a systematic review. | O objetivo foi pesquisar sistematicamente a literatura e avaliar as evidências disponíveis sobre a eficácia clínica do sistema Invisalign®. | A revisão incluiu 22 estudos com evidência moderada e risco de viés variado. O sistema Invisalign® mostrou ser uma alternativa viável à ortodontia convencional para más oclusões leves a moderadas sem extração, mas com eficácia limitada em outras áreas. A heterogeneidade dos estudos impede recomendações clínicas claras. |
| 13 | Alalawi, A.; Aljuaid, H.; Natto, Z.S, 2019. | The effect of social media on the choice of dental patients: a cross-sectional study in the city of Jeddah, Saudi Arabia. | Investigar os principais fatores na escolha de consultórios odontológicos e avaliar a eficácia da presença nas redes sociais para atrair novos pacientes e o retorno do investimento em marketing digital. | A pesquisa mostrou que 95,3% dos pacientes possuem conta em mídias sociais, com mulheres demonstrando maior interesse em informações odontológicas online. A presença ativa dos dentistas nas redes sociais é vital para atrair e manter pacientes. |
| 14 | Gresnigt, | Randomized | Avaliar a taxa de | Foram observadas 6 |

| | | | | |
|----|---------------------------------|---|--|--|
| | M.M.M. <i>et al.</i> , 2019. | clinical trial on indirect resin composite and ceramic laminate veneers: Up to 10-year findings | sobrevivência e a qualidade de facetas indiretas de resina composta e laminados cerâmicos. | falhas em facetas laminadas indiretas de resina composta, com uma taxa de sobrevivência de 75% após 10 anos. Facetas cerâmicas apresentaram 100% de sobrevivência. Facetas compostas mostraram menor desempenho em diversas variáveis. |
| 15 | Simplício, A.H.M., 2019. | Social media and Dentistry: ethical and legal aspects. | Analisar como as práticas nas redes sociais impactam a profissão odontológica, abordando as questões de ética e conformidade legal relacionadas ao marketing, comunicação e compartilhamento de informações dentro desse contexto. | Profissionais de odontologia devem usar mídias sociais de forma ética e consciente das implicações legais respeitando as normas e Jamais deve-se abrir mão da promoção do valor real da Odontologia em detrimento à interesses pessoais. |
| 16 | Blatz M.B. <i>et al.</i> , 2019 | Evolution of Aesthetic Dentistry. | Analisar a evolução histórica e inovações na odontologia estética, destacando como as mudanças em | A odontologia estética progrediu significativamente nos últimos 100 anos, com destaque para o uso de |

| | | | | |
|----|---|---|--|--|
| | | | técnicas e materiais ao longo do tempo influenciaram práticas contemporâneas e resultados estéticos. | ferramentas digitais e fluxos de trabalho 3D que permitem um design e tratamento do sorriso personalizados e interdisciplinares. |
| 17 | Appel, G. <i>et al.</i> , 2020. | The future of social media in marketing. | Explorar como o futuro das mídias sociais pode transformar o marketing, usando novas tecnologias para aprimorar a coleta de dados e entender interações humanas, além de analisar o impacto nas práticas de marketing e comportamento do consumidor. | Os resultados indicam que o investimento em tecnologias aumentará a conveniência e a personalização no atendimento ao cliente, e que a integração de ações online e offline será crucial para engajar os consumidores. |
| 18 | Massarani, L.; Leal, T.; Waltz, I., 2020. | O debate sobre vacinas em redes sociais: uma análise exploratória dos links com maior engajamento | Investigar o engajamento e as interações nas redes sociais sobre as vacinas. | O estudo revelou um engajamento positivo sobre vacinas nas redes sociais, apesar dos discursos antivacinação e fake news. Destaca a necessidade de melhorar estratégias de comunicação e verificar informações para garantir a confiança nas |

| | | | | |
|----|----------------------|---|---|--|
| | | | | vacinas. |
| 19 | Moreira, M.D., 2020. | A construção da imagem corporal nas redes sociais: padrões de beleza e discursos de influenciadores digitais. | Investigar como as redes sociais influenciam a construção da imagem corporal, analisando os padrões de beleza promovidos e os discursos dos influenciadores digitais. | Reconhecer o impacto das redes sociais na formação de padrões corporais é crucial, especialmente para mulheres, que frequentemente enfrentam um modelo uniforme de beleza. Analisar a influência midiática e social ajuda a compreender e questionar esses padrões. |
| 20 | Ríos, K., 2020. | Laypeople's perceptions of smile esthetics: Why is it important and what do we need to know? | Explorar e entender as percepções dos leigos sobre a estética do sorriso e identificar por que essas percepções são importantes e o que é necessário saber sobre elas para melhorar as práticas e tratamentos odontológicos relacionados à estética do sorriso. | As percepções dos leigos sobre a estética do sorriso variam amplamente, influenciadas por fatores culturais, sociais e pessoais. A pesquisa revela que características como a simetria, o alinhamento dos dentes e a cor são frequentemente valorizadas pelos indivíduos ao avaliar a estética do sorriso. |

| | | | | |
|----|--|---|---|--|
| 21 | Rosário, A.C.A. <i>et al.</i> , 2020. | Odontologia estética e as redes sociais no mundo contemporâneo. | Relacionar a Odontologia Estética com o uso de mídias e redes sociais, destacando os danos que podem ocorrer aos pacientes quando essas ferramentas são utilizadas de maneira inadequada. | Mídias e redes sociais podem ser úteis se usadas com cautela, mas têm a limitação da imprecisão das informações. Na Odontologia Estética, o ambiente virtual pode distorcer seu papel, priorizando aspectos estéticos e sociais em vez de considerar a opinião dos profissionais e os efeitos a longo prazo. |
| 22 | Braga, M. L. de A. <i>et al.</i> , 2021. | Evaluation of the perception of smile satisfaction and the influence of digital social media on the population. | Avaliar a percepção de satisfação do sorriso sob influência das mídias sociais digitais na população. | Os entrevistados afirmaram que estão felizes com seus sorrisos, mas ainda desejam modificar algo. A percepção do sorriso, de um modo geral, é influenciada pela vivência dos entrevistados nas mídias sociais digitais. |
| 23 | Cruz, G.S.; Breda, P. L. de C. L., 2021. | The impacts of orofacial harmonization on dentistry: need x vanity. | Avaliar o aumento de pacientes que priorizam a estética sobre a saúde bucal, analisando a demanda por procedimentos | O estudo revela que a vaidade é o principal motivador para procedimentos estéticos. Embora a harmonização orofacial melhore a |

| | | | | |
|----|--|---|--|---|
| | | | estéticos em consultórios odontológicos e os impactos da harmonização orofacial na saúde bucal e necessidades estéticas. | autoestima, dentistas devem alertar sobre resultados e reforçar cuidados com a saúde bucal para garantir efeitos duradouros. |
| 24 | Goldie, K. <i>et al.</i> , 2021. | Aesthetic Delusions: An Investigation into the Role of Rapid Visual Adaptation in Aesthetic Practice. | Avaliar se a apreciação estética de faces por uma pessoa se adaptaria após a exposição a imagens de lábios fortemente modificados (muito cheios versus muito finos). | Este artigo fornece evidências de que a atratividade facial é fluida e que há mecanismos psicológicos que causam um viés estético. A superexposição a características exageradas pode levar a mudanças significativas nas ideias de atratividade de uma pessoa. |
| 25 | Emiliano, G.B.G.; de Oliveira, C.C.A.; dos Santos, M.M., 2022. | Estratégias de publicidade no Instagram® utilizadas por cirurgiões-dentistas. | Identificar os tipos de estratégias de publicidade utilizadas pelos Cirurgiões-Dentistas no Instagram® em dezembro de 2018 (antes da publicação da resolução CFO 196/2019 em janeiro | Entre dezembro de 2018 e fevereiro de 2020, houve um aumento nas estratégias de "antes e depois" e uma redução nas "explicativas". Cirurgiões-dentistas devem adotar práticas éticas e legais para aprimorar seu |

| | | | | |
|----|---|---|---|---|
| | | | de 2019) e em fevereiro de 2020 no Rio Grande do Norte. | posicionamento e destacar seus valores. |
| 26 | Oliveira, E.R.C de; Rosinholti, G.; Tognetti, V.M., 2022. | A mídia como grande influenciador a da cultura perfeccionist a dentro da odontologia estética. | Avaliar a influência da mídia sobre jovens-adultos na busca de novos padrões de beleza, focando na odontologia estética. | Mídias sociais são eficazes para marketing odontológico, mas cirurgiões devem ser cautelosos, pois podem promover padrões estéticos perfeccionistas e inalcançáveis, afetando negativamente a percepção dos indivíduos. |
| 27 | Santos, R.G. <i>et al.</i> , 2022. | O impacto das facetas diretas em resina composta sobre o tecido periodontal: revisão de literatura. | Revisar e avaliar a literatura existente sobre os efeitos das facetas diretas em resina composta no tecido periodontal. O estudo busca entender como esses procedimentos estéticos podem influenciar a saúde periodontal e identificar possíveis riscos ou benefícios associados ao uso dessas facetas. | Facetas de resina composta podem prejudicar tecidos periodontais, sendo crucial proteger o periodonto e manter uma margem gengival mínima de 3 mm. Profissionais devem aprimorar técnicas para equilibrar estética e saúde periodontal. |
| 28 | Silva, J.S. <i>et</i> | A | Analisar a utilização de | O uso de mídias sociais na |

| | | | | |
|----|---|---|---|--|
| | <i>al.</i> , 2022. | Odontologia nas mídias sociais e seu impacto na relação dentista-paciente: uma revisão integrativa. | mídias sociais na odontologia, destacando os efeitos e oportunidades que essas plataformas têm oferecido para a área odontológica. | odontologia pode melhorar a educação e comunicação, mas também apresenta riscos. É crucial seguir diretrizes do conselho e ser cuidadoso com o conteúdo para proteger a integridade dos pacientes. |
| 29 | Subramanian, S.S. <i>et al.</i> , 2022. | The impact of priming on dentally induced social judgements: An experimental study. | Avaliar como a exposição a um anúncio de clareamento dental afeta as percepções sociais da cor dos dentes, em comparação com a exposição a um anúncio não relacionado à odontologia, em um grupo de indivíduos caucasianos. | Não houve diferenças significativas nas percepções sociais entre os grupos experimentais e de controle, mas dentes clareados foram consistentemente avaliados como mais populares e simpáticos do que dentes naturais e escurecidos. |
| 30 | Taneja, P. <i>et al.</i> , 2022. | Impact of Social media on dental treatment choices: A web-based survey. | Avaliar o impacto das mídias sociais nas escolhas de tratamento odontológico e encontrar a melhor plataforma de mídia | A maioria dos participantes usa WhatsApp e segue dentistas no Instagram. Muitos foram incentivados por promoções no Facebook |



| | | | | |
|----|---------------------------------------|--|---|--|
| | | | social para promover a saúde bucal com base em seu uso. | e influenciados por críticas nas redes sociais. Embora assistam a vídeos sobre odontologia, a maioria não usa aplicativos relacionados. |
| 31 | Baik, K.M. <i>et al.</i> , 2022 | Effect of social media on patient's perception of dental aesthetics in Saudi Arabia. | Avaliar o impacto das mídias sociais em pacientes que buscam tratamento odontológico estético. | Mais da metade dos pacientes eram mulheres, usando principalmente Snapchat e Instagram. Muitos insatisfeitos com a aparência dos dentes preferem clareamento. O impacto das mídias sociais é significativo, e dentistas devem educar sobre opções de tratamento. |
| 32 | Muralidharan, S. <i>et al.</i> , 2022 | Knowledge of dental ethics and jurisprudence among dental practitioners in Pune: a questionnaire survey. | Avaliar o conhecimento sobre ética e direito médico para a prática entre profissionais privados em Pune, Índia. | Dos 250 dentistas participantes, os pós-graduados tinham menos conhecimento de abreviações e os mestrados eram mais informados sobre jurisprudência odontológica que os bacharéis. O estudo destaca a falta de conscientização ética e |

| | | | | |
|----|-----------------------------------|--|--|--|
| | | | | legal, sugerindo a necessidade de mais educação e mudanças curriculares. |
| 33 | Najjar, H.E. <i>et al.</i> , 2023 | Indications, limitations, and outcomes of clear aligners in orthodontic treatment. | Discutir os benefícios, desvantagens e resultados do uso de alinhadores transparentes na ortodontia. | No geral, os alinhadores transparentes oferecem uma opção de tratamento ortodôntico estético para uma variedade de anormalidades dentárias e problemas ortodônticos leves a moderados. |

Tabela 2 – Códigos, Leis e Resoluções utilizadas para esclarecer o conteúdo desta revisão.

| Nº | Título e ano | Breve descrição |
|-----------|--|--|
| 01 | Lei nº 5.081, de 24 de agosto de 1966. | Lei que regula o exercício da odontologia no Brasil. |
| 02 | Lei n. 8.078, de 11 de setembro de 1990. | Lei que dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. |
| 03 | Resolução CFO-118, de 11 de maio de 2012. | Revoga o Código de Ética Odontológica aprovado pela Resolução CFO-42/2003 e aprova outro em substituição. |
| 04 | Resolução CFO-196, de 29 de janeiro de 2019. | Resolução que autoriza a divulgação de autorretratos (selfie) e de imagens relativas ao diagnóstico e ao resultado final de tratamentos odontológicos, e dá outras providências. |



| | | |
|----|--|---|
| 05 | Resolução CFO-198, de 29 de janeiro de 2019. | Resolução que reconhece a Harmonização Orofacial como especialidade odontológica, e dá outras providências. |
|----|--|---|

DISCUSSÃO

A rápida evolução das redes sociais proporcionou aos profissionais da odontologia plataformas poderosas para se conectar com atuais e potenciais pacientes, mas também levanta questões sobre conformidade com leis e ética na interação online (Simplício, 2019; Baik *et al.*, 2022). A Lei 5.081, de 24 de agosto de 1966, e o Código de Ética Odontológico (CEO) proíbem a exposição pública de resultados clínicos por meio de comunicação em massa, estabelecendo restrições à publicidade e marketing (Brasil, 1966; Brasil, 2012). Contudo, a crescente influência das mídias sociais na divulgação de temas odontológicos levou à necessidade de revisão, resultando na Resolução 196/2019, que modificou o CEO ao permitir a publicação de autorretratos e fotos de “antes e depois” de procedimentos odontológicos (Brasil, 2019a; Simplício, 2019). Essa mudança gerou debates sobre seus impactos, com alguns profissionais temendo que facilitasse publicidade indevida e concorrência desleal, enquanto outros acreditavam que ajudaria na promoção da saúde bucal e na autopromoção em um mercado saturado (Simplício, 2019).

Apesar da Resolução 196/2019 permitir essas publicações, ainda são necessárias a autorização do paciente por meio do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) e a inclusão de informações adicionais, como o nome e número de inscrição do profissional no Conselho Regional de Odontologia (CRO) (Brasil, 2019a). A publicação de casos clínicos executados por terceiros e detalhes minuciosos do passo a passo de procedimentos, incluindo imagens de tecidos biológicos e equipamentos, continua proibida. Emiliano, Oliveira e Santos (2022) observaram um aumento significativo nas postagens de imagens “antes e depois” no Instagram com fins promocionais após a aprovação da Resolução, revelando que, antes da regulamentação havia mais publicações com intuito explicativo.

Entre as infrações mais comuns cometidas por profissionais odontológicos nas mídias sociais estão: a divulgação de imagens sem informações de identificação do



profissional e a falta de clareza sobre a particularidade dos casos (Simplício, 2019; Emiliano, Oliveira, Santos, 2022). A omissão dessas informações pode levar a mal-entendidos e a responsabilidade do cirurgião-dentista sobre resultados não garantidos, conforme estipulado pelo Código de Defesa do Consumidor (Brasil, 1990). Profissionais devem estar cientes das normas e leis, pois alegar desconhecimento não é uma defesa válida (Simplício, 2019; Muralidharan *et al.*, 2022). Portanto, é crucial que os cirurgiões-dentistas usem as mídias sociais com responsabilidade para evitar a banalização da profissão e garantir o sucesso profissional em um mercado altamente concorrido (Miranda, Bulcão, Dultra, 2015).

O Brasil possui mais de 600 cursos de Odontologia, resultando em um aumento significativo no número de cirurgiões-dentistas, com mais de 400 mil profissionais ativos, predominantemente na região Sudeste (CFO, 2024). Esse crescimento aumenta a concorrência e leva os profissionais a usarem redes sociais como uma estratégia de marketing eficaz e de baixo custo (Rosário *et al.*, 2020). As redes sociais permitem atingir um grande público rapidamente, tornando-se a principal escolha para destacar-se no mercado (Vilaça, Araujo, 2016; Moreira, 2020; Rosário *et al.*, 2020).

A pesquisa de Alalawi, Aljuaid e Natto (2019) destaca que os feedbacks de outros pacientes são decisivos para atrair novos clientes, com as mulheres sendo particularmente influenciadas por esses comentários. Assim, a internet atua como uma espécie de mostruário para serviços odontológicos, onde avaliações e resultados influenciam na escolha dos profissionais pelos pacientes. No entanto, a presença nas mídias sociais apresenta desafios, pois os profissionais precisam criar conteúdos persuasivos sem violar as normas da profissão. O conhecimento das regulamentações é essencial para evitar problemas futuros e garantir uma prática ética (Muralidharan *et al.*, 2022).

A influência das mídias sociais é significativa nas tendências estéticas dentais e faciais, com plataformas como Facebook, YouTube, Twitter, WhatsApp e Instagram moldando as preferências estéticas dos indivíduos (Simplício, 2019). O intenso uso dessas redes sociais contribui para uma perspectiva estética padronizada, como demonstrado por Alves (2018), que revelou que mais da metade das pessoas passa mais de 4 horas diárias em redes sociais, expondo-se a padrões de beleza uniformes.



Atualmente, a estética dentária e facial tornou-se um importante indicador de status social, afetando tanto o sucesso em relacionamentos interpessoais quanto no âmbito profissional (Ríos, 2020; Braga *et al.*, 2021). As redes sociais perpetuam padrões estéticos que muitas vezes são distorcidos e promovem um perfeccionismo ilusório, levando ao consumismo e à busca incessante por aparências perfeitas (Silva *et al.*, 2022).

Influenciadores digitais desempenham um papel crucial na propagação desses padrões estéticos, muitas vezes de forma irresponsável, ao promoverem ideais de perfeição corporal que podem causar impactos negativos (Moreira, 2020). A Odontologia Estética tem crescido em resposta à demanda por melhorias faciais e dentárias, com um foco crescente em rejuvenescimento e harmonia facial (Cruz, Breda, 2021). No entanto, essa busca por perfeição pode levar a uma preocupação excessiva com a aparência, às vezes em detrimento da saúde bucal (Trushkowsky *et al.*, 2015).

O fenômeno dos “pacientes-expert”, consumidores de conteúdos relacionados à saúde que se consideram especialistas, e o uso de substâncias não comprovadas, como clareadores dentais caseiros promovidos por influenciadores, destacam a necessidade de informações confiáveis e fiscalização rigorosa (Massarani, Leal, Waltz, 2020; Moraes, Slob, 2018). A insatisfação com a autoimagem, exacerbada pelos padrões midiáticos, impulsiona a demanda por procedimentos estéticos (Subramanian *et al.*, 2022). Pesquisas, como a de Goldie *et al.* (2021), mostram que a exposição a imagens extremas pode alterar preferências estéticas rapidamente, sublinhando o impacto das mídias na definição das normas de beleza.

Os procedimentos odontológicos estéticos mais procurados incluem clareamento dental, facetas dentárias, gengivoplastia, gengivectomia, harmonização orofacial, bichectomia, Invisalign e implantes dentários (Muralidharan *et al.*, 2022; Blatz *et al.*, 2019). A crescente demanda por dentes brancos e técnicas de clareamento, muitas vezes promovidas sem evidências científicas, e a popularidade das facetas dentárias ilustram a busca por perfeição estética. No entanto, facetas podem não ser adequadas para todos os pacientes, especialmente aqueles com condições específicas, como bruxismo não tratado ou periodontite avançada (Santos *et al.*, 2022).

Procedimentos como harmonização orofacial, regulamentada pela Resolução 198/2019 (Brasil, 2019b), incluem o uso de toxina botulínica e ácido hialurônico para



rejuvenescimento facial. O *Invisalign*[®], um sistema de alinhadores transparentes, tem ganhado destaque por sua capacidade de alinhar dentes de forma discreta e confortável, embora tenha limitações e requisitos técnicos (Zheng *et al.*, 2017; Papadimitriou *et al.*, 2018; Najjar *et al.*, 2023).

A responsabilidade do cirurgião-dentista é esclarecer as indicações e contraindicações dos procedimentos estéticos e garantir que todas as informações relevantes sejam fornecidas ao paciente, utilizando o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido para formalizar a concordância (Lorenzo *et al.*, 2018; Emiliano, Oliveira, Santos, 2022). O preenchimento detalhado do prontuário odontológico também é crucial para proteção legal. O diálogo claro entre profissional e paciente é essencial para evitar problemas legais e garantir que as expectativas sejam gerenciadas adequadamente, especialmente em um contexto influenciado por tendências midiáticas e influenciadores digitais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir desta revisão integrativa da literatura, conclui-se que as mídias sociais desempenham um papel significativo na propagação de tendências estéticas dentárias e faciais. Padrões estéticos amplamente compartilhados por influenciadores digitais nas plataformas têm moldado a percepção de beleza, resultando no aumento da demanda por procedimentos odontológicos que muitas vezes priorizam a estética em detrimento de aspectos funcionais e biológicos. Essa influência midiática exige uma análise crítica dos cirurgiões dentistas, que devem estar atentos às expectativas dos pacientes e equilibrar essas demandas com abordagens que assegurem a saúde bucal.

Diante deste cenário, é fundamental que os profissionais da odontologia adaptem suas estratégias de atendimento para responder de maneira ética e responsável às tendências impostas pelas mídias sociais. A profunda compreensão dessa relação permitirá que os profissionais se posicionem de forma consciente no mercado, oferecendo tratamentos que não só atendem aos desejos estéticos dos pacientes, como também promovam equilíbrio entre estética, funcionalidade e saúde.



REFERÊNCIAS

Alalawi, A.; Aljuaid, H.; Natto, Z.S. The effect of social media on the choice of dental patients: a cross-sectional study in the city of Jeddah, Saudi Arabia. **Patient preference and adherence**, v. 3, n. 13, p. 1685-1692, 2019. Disponível em:

<<https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/31631983/>>. Acesso em: 15 de junho de 2024.

Alves, A. L. S. **A influência da mídia na percepção da estética odontológica**. 2018. 76 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Odontologia) - Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2018.

Alves, G. N, Aras, W. M. de F. Percepção de pacientes em relação à estética dentária.

Revista Saúde.com, [S. l.], v. 10, n. 2, p. 161-171, 2014. Disponível em:

<<https://periodicos2.uesb.br/index.php/rsc/article/view/297>>. Acesso em: 15 de junho de 2024.

Appel, G. *et al.* The future of social media in marketing. **Journal of the Academy of Marketing Science**, v. 48, p. 79–95, 2020. Disponível em:

<<https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/32431463/>>. Acesso em: 15 de junho de 2024.

Baik, K.M. *et al.* Effect of social media on patient's perception of dental aesthetics in Saudi Arabia. **International Journal of Dentistry**, v. 2022, p. 1-6, 2022. Disponível em:

<<https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/35265132/>>. Acesso em: 15 de junho de 2024.

Blatz M.B. *et al.* Evolution of Aesthetic Dentistry. **Journal of Dental Research**, v. 98, n. 12, p. 1294 –1304, 2019. Disponível em:

<<https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/31633462/>>. Acesso em: 15 de junho de 2024.

Braga, M. L. de A. *et al.* Evaluation of the perception of smile satisfaction and the influence of digital social media on the population. **Research, Society and Development**, [S. l.], v. 10, n. 6, p. e46810615727, 2021. Disponível em: <

<https://rsdjournal.org/index.php/rsd/article/view/15727>>. Acesso em: 15 de junho de 2024.

Brasil. CONSELHO FEDERAL DE ODONTOLOGIA. **Lei nº 5.081, de 24 de agosto de 1966**.

Regula o exercício da odontologia no Brasil. Brasília (DF): Presidência da República,

[1966]. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L5081.htm>. Acesso em: 14 fev. 2024.

Brasil. **Lei n. 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências, [1990]. Disponível em:

<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078compilado.htm>. Acesso em: 13 abr. 2024

Brasil. CONSELHO FEDERAL DE ODONTOLOGIA. **Código de Ética Odontológica**.

Resolução CFO-118, de 11 de maio de 2012. Rio de Janeiro: CFO, 212. Disponível em: <https://website.cfo.org.br/wp-content/uploads/2018/03/codigo_etica.pdf>. Acesso



em: 14 fev. 2024.

Brasil. CONSELHO FEDERAL DE ODONTOLOGIA. **Resolução CFO-196, de 29 de janeiro de 2019**. Autoriza a divulgação de autorretratos (selfie) e de imagens relativas ao diagnóstico e ao resultado final de tratamentos odontológicos, e dá outras providências. Brasília (DF): Conselho Federal de Odontologia, [2019a]. Disponível em: <<https://website.cfo.org.br/resolucao-cfo-196-2019/>>. Acesso em: 14 fev. 2024.

Brasil. CONSELHO FEDERAL DE ODONTOLOGIA. **Resolução CFO-198, de 29 de janeiro de 2019**. Reconhece a Harmonização Orofacial como especialidade odontológica, e dá outras providências. Brasília (DF): Conselho Federal de Odontologia, [2019b]. Disponível em: <<https://sistemas.cfo.org.br/visualizar/atos/RESOLU%C3%87%C3%83O/SEC/2019/198>>. Acesso em: 11 mai. 2024.

Brasil. Ministério da Educação. **Cadastro Nacional de Cursos e Instituições de Educação Superior Cadastro e-MEC**. 2024. Disponível em: <<https://emec.mec.gov.br/emec/nova>>. Acesso em: 11 mai. 2024.

CFO. Conselho Federal de Odontologia. **WSCFO**. Quantidade Geral de Profissionais e Entidades Ativas, 2024. Disponível em <<https://website.cfo.org.br/estatisticas/quantidade-geral-de-entidades-e-profissionais-ativos/>>. Acesso em: 13 abr. 2024.

Cruz, G.S.; Breda, P. L. de C. L. Os impactos da harmonização orofacial na odontologia: necessidade x vaidade / The impacts of orofacial harmonization on dentistry: need x vanity. **Brazilian Journal of Health Review**, [S. l.], v. 4, n. 6, p. 26571–26580, 2021. Disponível em: <<https://ojs.brazilianjournals.com.br/ojs/index.php/BJHR/article/view/40328>>. Acesso em: 15 de junho de 2024.

Emiliano, G.B.G.; de Oliveira, C.C.A.; dos Santos, M.M. Estratégias de publicidade no Instagram® utilizadas por cirurgiões-dentistas. **Revista Brasileira de Odontologia Legal**, v. 9, n. 1, p. 67-77, 2022. Disponível em: <<https://fi-admin.bvsalud.org/document/view/zdb2q>>. Acesso em: 15 de junho de 2024.

Estrela, C. **Metodologia Científica: Ciência, Ensino, Pesquisa**. 3. ed. São Paulo: Artes Medicas, 2018. 725 p.

Goldie, K. *et al.* Aesthetic Delusions: An Investigation into the Role of Rapid Visual Adaptation in Aesthetic Practice. **Clinical, Cosmetic and Investigational Dermatology**. V. 14, p. 1079-1087, 2021. Disponível em: <<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC8424431/>>. Acesso em: 15 de junho de 2024.

Gresnigt, M.M.M. *et al.* Randomized clinical trial on indirect resin composite and ceramic laminate veneers: Up to 10-year findings. **Journal of dentistry**, v. 86, p. 102-



109, 2019. Disponível em: < <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/31181242/>>. Acesso em: 15 de junho de 2024.

Lorenzo, P.D. *et al.* Aesthetic dental procedures: legal and medico-legal implications. **Open Medicine**, v. 13, n. 1, p. 96-100, 2018. Disponível em: < <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC5900416/>>. Acesso em: 15 de junho de 2024.

Massarani, L.; Leal, T.; Waltz, I. O debate sobre vacinas em redes sociais: uma análise exploratória dos links com maior engajamento. **Cadernos de Saúde Pública**, v. 36, n. 14, e00148319, 2020. Disponível em: < <https://www.scielo.br/j/csp/a/wg8Tn5R77L5v7YKJGPNcRYk/>>. Acesso em: 15 de junho de 2024.

Miranda, S.S.; Bulcão, J.A.; Dultra, C.A. Publicidade e propaganda em odontologia: avaliação dos aspectos éticos envolvidos. **RBOL-Revista Brasileira de Odontologia Legal**, v. 2, n. 1., p. 53-67, 2015. Disponível em: < <https://portalabol.com.br/rbol/index.php/RBOL/article/download/21/26/32>>. Acesso em 15 de junho de 2024.

Mokhtar, H.A. *et al.* The perception of smile attractiveness among Saudi population. **Clin Cosmet Investig Dent**, v. 7, p. 17-23, 2015. Disponível em: < <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4309796/>>. Acesso em: 15 de junho de 2024.

Moraes, P.; Slob, E. A influência da mídia social na saúde pública: impactos no sistema estomatognático. **Rev. Odonto**, v.26, n. 51. e7613144754, 2018.

Moreira, M.D. A construção da imagem corporal nas redes sociais: padrões de beleza e discursos de influenciadores digitais. **PERcursos Linguísticos**, Vitória (ES), v. 10, n. 25, p. 144-162, 2020. Disponível em: < <https://periodicos.ufes.br/percursos/article/view/30680>>. Acesso em: 15 de junho de 2024.

Muralidharan, S. *et al.* Knowledge of dental ethics and jurisprudence among dental practitioners in Pune: a questionnaire survey. **Cureus**, v. 14, n. 11, e31503, 2022. Disponível em: < <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/36540426/>>. Acesso em: 15 de junho de 2024.

Najjar, H.E. *et al.* Indications, limitations, and outcomes of clear aligners in orthodontic treatment. **International Journal Of Community Medicine And Public Health**, [S. l.], v. 10, n. 7, p. 2604–2608, 2023. Disponível em: <<https://www.ijcmph.com/index.php/ijcmph/article/view/11390>>. Acesso em: 15 de junho de 2024.

Oliveira, E.R.C de; Rosinholli, G.; Tognetti, V.M. A mídia como grande influenciadora da cultura perfeccionista dentro da odontologia estética. **RECIMA21 - Revista Científica**



Multidisciplinar, v. 3, n. 12, p. e3122369, 2022. Disponível em: <<https://recima21.com.br/index.php/recima21/article/view/2369>>. Acesso em: 15 de junho de 2024.

Papadimitriou, A. *et al.* Clinical effectiveness of Invisalign® orthodontic treatment: a systematic review. **Progress in Orthodontics**, v. 19, n. 1, p. 1-8, 2018. Disponível em: <<https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/30264270/>>. Acesso em: 15 de junho de 2024.

Papazian, M.F. *et al.* Principais aspectos dos preenchedores faciais. **Rev. FAIPE**, v.8, n.1, p. 101-116, 2018.

Ríos, K. Laypeople's perceptions of smile esthetics: Why is it important and what do we need to know?. **Journal of Oral Research**, [S.l.], p. 27-29, 2020. Disponível em: <<https://www.joralres.com/index.php/JOralRes/article/view/joralres.2020.059>>. Acesso em: 15 de junho de 2024.

Rosário, A.C.A. *et al.* Odontologia estética e as redes sociais no mundo contemporâneo. **Revista Interface – Integrando Fonoaudiologia e Odontologia**, v. 1, n. 2, jul./dez. 2020. Disponível em: <<http://www.revistas.uniflu.edu.br:8088/seer/ojs-3.0.2/index.php/interface/article/view/349>>. Acesso em: 15 de junho de 2024.

Santos, R.G. *et al.* O impacto das facetas diretas em resina composta sobre o tecido periodontal: revisão de literatura. **Research, Society and Development**, v. 11, n. 7, p. e54511730235-e54511730235, 2022. Disponível em: <<https://rsdjournal.org/index.php/rsd/article/download/30235/26153/347923>>. Acesso em: 15 de junho de 2024.

Silva, J.S. *et al.* Dentistry in social media and its impact on the dentist-patient relationship: an integrative review. **Research, Society and Development**, v. 11, n. 14, e119111436111, 2022. Disponível em: <<https://rsdjournal.org/index.php/rsd/article/view/36111>>. Acesso em: 15 de junho de 2024.

Simplício, A.H.M. Social media and Dentistry: ethical and legal aspects. **Dental Press Journal of Orthodontics**, v. 24, n. 6, p. 80-89, 2019. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/dpjo/a/kSDWfDpmSjS8Q5rnyTrvJxw/?lang=en>>. Acesso em: 15 de junho de 2024.

Subramanian, S.S. *et al.* The impact of priming on dentally induced social judgements: An experimental study. **Journal of dentistry**, v. 127:104347, 2022. Disponível em: <<https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/36280005/>>. Acesso em: 15 de junho de 2024.

Taneja, P. *et al.* Impact of Social media on dental treatment choices: A web-based survey. **Journal of Indian Association of Public Health Dentistry**, vol. 20, p. 415-419, 2022. Disponível em: <https://journals.lww.com/aphd/fulltext/2022/20040/impact_of_social_media_on_dental_treatment.19.aspx>. Acesso em: 15 de junho de 2024.



Trushkowsky, R.D. *et al.* The Interplay of Orthodontics, Periodontics, and Restorative Dentistry to Achieve Aesthetic and Functional Success. **Dent Clin North Amer.** v. 59, n. 3, p. 689-702, 2015. Disponível em: <<https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/26140975/>>. Acesso em: 15 de junho de 2024.

Vilaça, M.L.C.; Araujo, E.V.F. Tecnologia, Sociedade e Educação na Era Digital. **Rev. Unigranrio.** Duque de Caxias, ed. 1, 2016.

Zheng, M. *et al.* Efficiency, effectiveness and treatment stability of clear aligners: A systematic review and meta-analysis. **Orthodontics and Craniofacial Research**, v. 20, n. 3, p. 127-133, 2017. Disponível em: <<https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/28547915/>>. Acesso em: 15 de junho de 2024.