

# A INFLUÊNCIA DA MÍDIA E DAS REDES SOCIAIS SOBRE A EXPECTATIVA DOS PACIENTES AO TRATAMENTO ORTODÔNTICO

*The influence of media and social networks on patients' expectations regarding orthodontic treatment*

Livia Nadylena da Silva Lima<sup>1</sup> - ORCID ID 0009-0001-3266-9134

Vania Célia Vieira de Siqueira<sup>1</sup> - ORCID ID 0000-0002-6886-3836

<sup>1</sup> Faculdade de Odontologia de Piracicaba / FOP-UNICAMP, Piracicaba, São Paulo, Brasil

siqueira@unicamp.br

## RESUMO

A procura e a obtenção de informações sobre tratamentos ortodônticos disponibilizados nas redes sociais cresce intensamente praticamente na mesma proporção que o número de postagens realizadas por pacientes e/ou profissionais. Objetivo: O presente estudo verificou o grau de influência dos processos virtuais de comunicação empregados para a disseminação de informações de tratamentos ortodônticos sobre a expectativa dos/as pacientes frente ao tratamento ortodôntico, sobre a qualidade da comunicação exercida entre o/a ortodontista e o/a paciente e quais condutas e/ou estratégias que os/as ortodontistas adotam para adequar e individualizar o tratamento. Materiais e Métodos: A metodologia empregada fundamentou-se na revisão da literatura de publicações inseridas nas plataformas de bases de dados virtuais, Lilacs, Scopus, PubMed/Medline, Web of Science, Cochrane e Embase nos últimos 10 anos utilizando os descritores: aparelho ortodôntico; comunicação ortodôntica; relação paciente-profissional ortodôntico; expectativa do paciente; plataformas virtuais; mídias sociais; comunicação persuasiva; redes sociais online; ortodontia e preferência do paciente. Resultados: Dos 06 artigos recuperados na Scopus apenas 01 artigo foi selecionado; dos 09 artigos recuperados na Web of Science os 09 artigos foram selecionados; dos 51 artigos recuperados na PubMed/Medline, 33 artigos foram selecionados; dos 08 artigos recuperados na Lilacs, 06 artigos foram selecionados; dos 06 artigos recuperados na Cochrane nenhum artigo foi selecionado e dos 16 artigos recuperados na Embase, 05 artigos foram selecionados. Conclusão: Conclui-se que os ortodontistas desenvolvem uma comunicação assertiva com seus pacientes, praticando a escuta ativa, explicando as possibilidades e limitações inerentes a cada caso e personalizando o tratamento de acordo com as expectativas do paciente, contribuindo assim para o desenvolvimento de um cuidado centrado no paciente.

**Palavras-chave:** Ortodontia. Tratamento Ortodôntico. Mídia social. Relacionamento Paciente/Ortodontista. Expectativa do paciente.

## ABSTRACT

The search for and acquisition of information about orthodontic treatments available on social media is growing intensely, practically in the same proportion as the number of posts made by patients and/or professionals. Objective: This study verified the degree of influence of virtual communication processes used to disseminate information about orthodontic treatments on patients' expectations regarding orthodontic treatment, on the quality of communication between the orthodontist and the patient, and on the conduct and/or strategies that orthodontists adopt to adapt and individualize the treatment. Materials and Methods: The methodology employed was based on a literature review of publications included in the virtual database platforms Lilacs, Scopus, PubMed/Medline, Web of Science, Cochrane and Embase in the last 10 years using the descriptors: orthodontic appliance; orthodontic communication; patient-orthodontist relationship; patient expectation; virtual platforms; social media; persuasive communication; online social networks; orthodontics and patient preference. Results: Of the 6 articles retrieved from Scopus, only 1 article was selected; of the 9 articles retrieved from Web of Science, all 9 articles were selected; of the 51 articles retrieved from PubMed/Medline, 33 articles were selected; of the 8 articles retrieved from Lilacs, 6 articles were selected; of the 6 articles retrieved from Cochrane, no articles were selected; and of the 16 articles retrieved from Embase, 5 articles were selected. Conclusion: It is concluded that orthodontists develop assertive communication with their patients, practicing active listening, explaining the possibilities and limitations inherent in each case, and personalizing treatment according to the patient's expectations, thus contributing to the development of patient-centered care.

**Key words:** Orthodontics. Orthodontic Treatment. Social media. Patient/Orthodontist Relationships. Patient expectation.

## INTRODUÇÃO

A procura pelo sorriso atraente, de "celebridade", por parte da população aumentou principalmente devido à facilidade de obtenção de informações disponíveis virtualmente. De acordo com estudos prévios, a internet é utilizada diariamente por aproximadamente 66% da população mundial sendo que nos países desenvolvidos o índice alcança 90% onde as redes sociais representam um papel de importância no dia a dia influenciando os hábitos de consumo e os relacionamentos pessoais e profissionais incluindo a Odontologia<sup>1</sup>.

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

Os aspectos socioeconômicos, culturais, psicossociais, etários provocam e estimulam processos de comunicação diferenciados onde a mídia e as redes sociais influenciam a procura por tratamentos estéticos cada vez mais presentes na rotina do ortodontista<sup>5,6</sup>.

A comunicação centrada no paciente permite ao profissional observar e identificar as motivações pela procura ao tratamento ortodôntico e se as expectativas do paciente se fundamentam em possibilidades reais apoiadas no quadro clínico individual<sup>1-7</sup>.

As informações ortodônticas veiculadas na mídia ou em redes sociais como

o Instagram, TikTok, Twitter e Facebook necessitam do "filtro" estabelecido pelos profissionais para a comprovação de veracidade fundamentada cientificamente pois os/as pacientes poderão sofrer influências desastrosas e dificultar a assimilação do diagnóstico, planejamento e motivação para a realização de todo o tratamento ortodôntico<sup>8-17</sup>.

O presente estudo verificou, por meio de uma revisão sistemática da literatura, o grau de influência dos processos virtuais de comunicação empregados para a disseminação de informações de tratamentos ortodônticos, mídia e redes sociais, sobre a expectativa dos/as pacientes frente ao tratamento ortodôntico, sobre a qualidade da comunicação exercida entre o/a ortodontista e o/a paciente e quais condutas e/ou estratégias que os/as ortodontistas adotam para adequar e individualizar o tratamento.

## METODOLOGIA

Revisão da literatura científica e análise dos artigos publicados e inseridos nas plataformas de bases de dados virtuais Scopus, PubMed/Medline, Web of Science, Lilacs, Cochrane e Embase publicados nos últimos 10 anos, abrangendo o período de 2015 a 2025, que auxiliassem a responder as seguintes questões: A mídia e as redes sociais interferem no grau de expectativa do/a paciente frente ao tratamento ortodôntico? Como ocorrem as interações entre o Ortodontista e o/a paciente frente às informações ortodônticas publicadas nas redes sociais?

Os critérios de inclusão adotados foram:

- 1- O espaço de tempo de 2015 a 2025;
- 2- O emprego dos descritores apropriados ao tema e a utilização de operadores booleanos considerando a

especificidade de cada plataforma de busca: "Appliance orthodontic", "orthodontic communication", "orthodontic patient and professional relationship", "patient expectation", "virtual platforms", "social media", "Persuasive Communication", "Online Social Networking", Orthodontics, "Patient Preference" e os termos alternativos;

3- Seleção e análise criteriosa de artigos oriundos de pesquisas originais e publicados nos idiomas Português Brasil ou Inglês, disponibilizados na íntegra gratuitamente que abordassem o grau de influência que a mídia e as redes sociais exercem sobre a expectativa do/a paciente frente ao tratamento ortodôntico, sobre a qualidade da comunicação entre o ortodontista e o/a paciente e a verificação das estratégias adotadas pelos profissionais para individualizar o tratamento ortodôntico respeitando as necessidades do/a paciente.

Os critérios de exclusão incluíram a não seleção de artigos publicados fora do período estipulado e os artigos que não abordassem o tema de análise.

### Estratégias de busca:

Por meio da utilização do DeCS - Descriptors in Health Sciences foram selecionados os descritores apropriados em cada base de dados conforme apresentados no quadro 1. Essa metodologia permite a busca de dados dentro do tema abordado pela pesquisa utilizando um vocabulário específico e padronizado. Os descritores foram combinados com determinadas palavras-chave para a obtenção de maior precisão nos resultados.

Quadro 1 – Bases de Dados e Estratégias de Busca

Base de Dados	Estratégias de Busca
Scopus	"orthodontic patient and relationship" OR "Dentist Patient Relations" OR "Dentist Patient Relationship" OR "social media" OR "media AND "Dentist patient relation" AND "dentistry" AND "communication dentistry" OR "communication strategy" AND "communication" AND "orthodontic" AND "Persuasive Communication" OR "Communication, Persuasive" OR "Persuasion" AND "Patient Preference" OR "Patient Satisfaction" OR "Orthodontic patient and professional" AND "Social Media" AND "Appliance, orthodontic" OR "Appliances, Orthodontic" OR "Orthodontic Appliance" OR "orthodontic communication"
Web of Science	"Appliance orthodontic" OR "Appliances Orthodontic" OR "Orthodontic Appliance" OR "Orthodontic Appliances Fixed" AND "orthodontic communication" OR orthodontic OR communication OR "communication in dentistry" OR "communication strategy" AND "orthodontic patient and professional relationship" OR "patient expectation" OR "Dentist patient relation" OR "Dentist Patient Relation" OR "Dentist Patient Relations" OR "Relation Dentist Patient" OR "Relations Dentist Patient" OR "Dentist Patient Relationship" OR "Dentist Patient Relationship" OR "Dentist Patient Relationships" OR "Relationship Dentist Patient" OR "Relationships Dentist Patient" AND "virtual platforms" OR "social media" OR "media influence" AND "Persuasive Communication" OR "Communication, Persuasive" OR "Persuasion" OR "Information Dissemination" AND "Dentistry orthodontic" AND "Online Social

	Networking" OR "Social Networking" OR "Internet" AND "Patient Preference" OR "Dentist's role" OR "Patient Satisfaction" OR "Orthodontic patient and professional"
<b>PubMed</b>	"Appliance orthodontic" OR "Appliances Orthodontic" OR "Orthodontic Appliance" OR "Orthodontic Appliances Fixed" AND "orthodontic communication" OR orthodontic OR communication OR "communication in dentistry" OR "communication strategy" AND "orthodontic patient and professional relationship" OR "patient expectation" OR "Dentist patient relation" OR "Dentist Patient Relation" OR "Dentist Patient Relations" OR "Relation Dentist Patient" OR "Relations Dentist Patient" OR "Dentist Patient Relationship" OR "Dentist Patient Relationship" OR "Dentist Patient Relationships" OR "Relationship Dentist Patient" OR "Relationships Dentist Patient" AND "virtual platforms" OR "social media" OR "media influence" AND "Persuasive Communication" OR "Communication, Persuasive" OR "Persuasion" OR "Information Dissemination" AND "Dentistry orthodontic" AND "Online Social Networking" OR "Social Networking" OR "Internet" AND "Patient Preference" OR "Dentist's role" OR "Patient Satisfaction" OR "Orthodontic patient and professional"

Na Plataforma Scopus obtivemos seis artigos com os descritores citados e foram selecionados apenas um artigo. Três destes seis artigos identificados estavam repetidos e não foram selecionados.

Na Plataforma PubMed/Medline obtivemos cinquenta e um artigos com os descritores citados e foram selecionados trinta e três. Cinco destes cinquenta e um artigos identificados estavam repetidos e não foram selecionados.

Na Plataforma Web of Science obtivemos nove artigos com os descritores citados e foram selecionados os nove artigos, seguindo os critérios de inclusão e exclusão definidos para essa pesquisa.

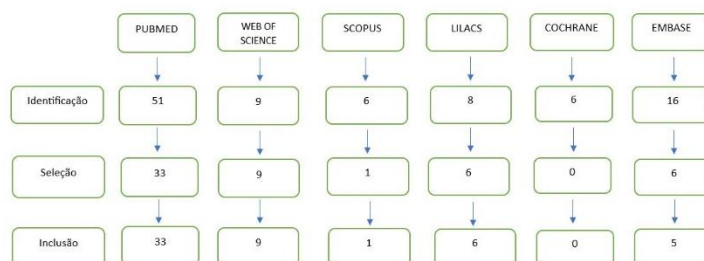
Na Plataforma Cochrane obtivemos seis artigos com os descritores citados. Não foram selecionados nenhum dos seis artigos, por não estarem de acordo com os critérios de inclusão estabelecidos para essa pesquisa.

Na plataforma Embase obtivemos dezesseis artigos com os descritores citados e foram selecionados cinco artigos, seguindo os critérios de inclusão e exclusão.

Na Plataforma Lilacs obtivemos oito artigos com os descritores citados e foram selecionados seis artigos.

Na Plataforma Scopus obtivemos seis artigos com os descritores citados e foram selecionados apenas um artigo.

Figura 1- Fluxograma da Metodologia de busca



## RESULTADOS

A seleção dos artigos foi realizada seguindo a sequência da leitura do título, do resumo e do texto integral. Após a seleção dos artigos os dados foram analisados descritivamente em cada artigo, englobando as informações sobre os artigos mais citados, os periódicos mais influentes e as instituições de pesquisa mais citadas na publicação do tema abordado no presente projeto.

Tabela 1- Distribuição dos 54 artigos por países:

País	Número de Artigos Selecionados
Estados Unidos	20
Brasil	7
Reino Unido	9
Nova Zelândia	4
Inglaterra	3
Alemanha	2
Turquia	2
Austrália	2
China	1
Paquistão	1
Arabia Saudita	1
França	1
Indonésia	1

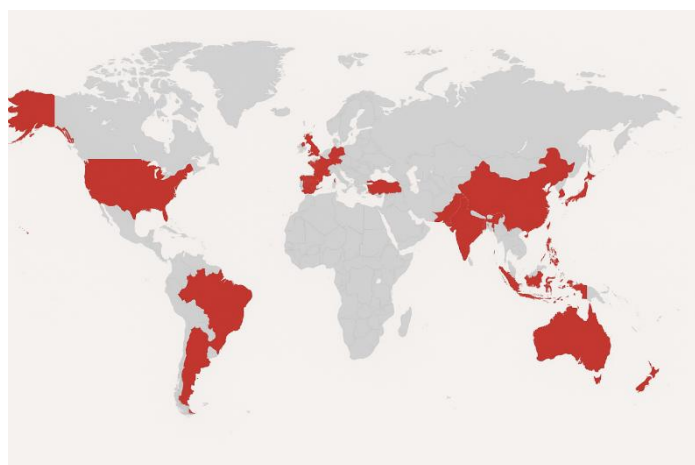


Figura 1- Países das publicações dos artigos selecionados

Tabela 2- Distribuição dos artigos por periódicos:

Periódicos	Quantidade de Artigos
Journal of Orthodontics	7
American Journal of Orthodontics and Dentofacial Orthopedics	6
The Angle Orthodontist	5
Dental Press Journal of Orthodontics	3
Journal of the World Federation of Orthodontists	5
Journal of Dental Education	2
Progress in Orthodontics	2
The Journal of the American Dental Association	2
Evidence Based Dentistry	2
BMC Oral Health	2
Australian Dental Journal	1
European Journal of Orthodontics	1
Journal of Taibah University Medical Sciences	1
Head & Face Medicine	1
BMC Medical Education	1
Journal of Stomatology Oral and Maxillofacial Surgery	1
Turkish Journal of Orthodontics	1
Orthodontics & Craniofacial Research	1
Patient Preference and Adherence	1
Saudi Journal for Health Sciences	1
The Journal of Clinical Pediatric Dentistry	1
Dentistry Journal	1
Seminars in Orthodontics	3

Journal Consum Health Internet	1
Revista Clínica Ortod Dental Press	1
Ortodontia/SPO	1

## DISCUSSÃO

As redes sociais auxiliam os profissionais da Ortodontia na divulgação de conteúdos científicos geralmente com o objetivo de esclarecer dúvidas, orientar os/as pacientes sempre respeitando as normas estabelecidas pelos Conselhos de Ética relativos à publicação para não infringir qualquer norma ética da profissão oferecendo guias de orientação aos profissionais para auxiliá-los na publicação de informações ortodônticas apuradas e objetivas tanto no âmbito nacional quanto no internacional exemplificando a World Federation of Orthodontists WFO<sup>18,19</sup>.

Como essa forma de comunicação se difundiu rapidamente, alcançou facilmente um número expressivo de pessoas pela velocidade quase instantânea da disseminação da informação, muitos profissionais a utilizam para atrair pacientes para seus consultórios/clínicas como uma estratégia de marketing<sup>20,21</sup>. Aperfeiçoar habilidades e/ou competências envolvendo os aspectos de gerenciamento, planejamento financeiro, características do mercado, marketing inclusive aprendendo a utilizar as mídias sociais, mostram-se cada vez mais indispensável para alcançar sucesso profissional<sup>22</sup>.

Empresas que fornecem produtos e serviços para os Ortodontistas, empresas que capacitam e fornecem aos profissionais as técnicas com aparelhos alinhadores utilizam as redes sociais para campanhas de marketing com apelos impactantes difundindo informações visualizadas também por pacientes e clínicos gerais<sup>20</sup>. Estratégias

efetivas de marketing representam uma importante ferramenta para os profissionais na obtenção de informações sobre quais os fatores são considerados pelos pacientes na eleição de um ortodontista e sobre a qualidade do tratamento ortodôntico oferecido pelos profissionais<sup>23</sup>. O impacto da mídias sociais no marketing ortodôntico avaliado por estudo prévio indicou que 37,4% dos ortodontistas utilizam as redes sociais para atrair novos pacientes em suas clínicas, 45,1% porque seus pacientes possuíam redes sociais, 36,6% para se comunicar com os demais colegas ortodontistas e 25,5% para se comunicar com os seus próprios pacientes<sup>24</sup>. Pesquisadores sugerem que manter uma comunicação assertiva com o/a paciente pela rede social, por exemplo pelo WhatsApp, diminui a ansiedade e as preocupações durante as experiências de desconfortos dolorosos e/ou sensibilidades que normalmente ocorrem ao início do tratamento ortodôntico, resultando em acolhimento, conforto e segurança ao paciente<sup>25-27</sup>.

Contudo, vários pesquisadores questionaram se o conteúdo postado e/ou publicado no Facebook, no YouTube, no Twitter, no Instagram, no LinkedIn, no TikTok e no Reddit encontrava-se adequado, com qualidade e, se melhoraria a assimilação do conhecimento ortodôntico por pacientes que desejavam ou se submetiam ao tratamento ortodôntico corretivo<sup>9,28-35</sup>. As imagens e conteúdos postados refletem diretamente na credibilidade do profissional exigindo cuidado redobrado<sup>16</sup>. Devido à redução de custos, a postagem de conteúdos nas redes sociais, por vezes, permitem a veiculação de informações errôneas e/ou enganosas sem a preocupação da fundamentação importante como as pesquisas baseadas em evidências científicas<sup>20</sup>.

O exagero em publicações pode gerar maus entendidos e causar no paciente uma expectativa do tratamento ortodôntico irreal dificultando a adesão e motivação. Inúmeros profissionais utilizam as redes sociais para postarem informações ortodônticas e as entidades de classe sugerem a utilização de forma objetiva e linguagem clara. É inegável o efeito positivo das redes sociais para os pacientes, como por exemplo, o acesso à informação, mas percebe-se a necessidade urgente de estabelecer parâmetros confiáveis para o conteúdo postado/publicado pelos profissionais<sup>22,36</sup>.

Os pacientes utilizam as redes sociais para postarem suas opiniões sobre suas experiências sobre o tratamento e o atendimento ortodôntico que receberam ou que recebem, sobre seus níveis de satisfação com a finalização do tratamento ortodôntico pois a expectativa, a motivação e a satisfação são parâmetros importantes para mensurar o resultado e a significância do tratamento ortodôntico recebidos pelos pacientes<sup>6,28,37</sup>. Estudo prévio mostra que o Facebook é a plataforma de rede social mais utilizada por pais e pacientes em 80,3% seguida pelo YouTube e Pinterest em iguais 49,5%<sup>21</sup>. O Twitter, o Snapchat, e o Youtube são as mídias sociais mais utilizadas e preferidas pelo público entre 21 a 30 anos de idade, o Instagram altamente utilizado pelos adolescentes e o WhatsApp pelo público acima dos 40 anos de idade<sup>38</sup>.

O Facebook representa uma das redes sociais mais utilizadas, com um crescimento de usuários que ultrapassa um 2,6 bilhões em todo o mundo, onde os pacientes podem formar grupos reunindo pessoas com interesses e comum compartilhando vídeos, fotos e dúvidas sobre Ortodontia e Ortodontistas avaliando o atendimento pelos números de "likes" postados. As redes sociais por meio da

internet oferecem aos pacientes uma ágil ferramenta de informação sobre as possibilidades de diagnósticos, de estratégias de tratamento, tipos de aparelhos ortodônticos, vantagens e desvantagens dos diversos tipos de tratamentos, custos e a duração de cada modalidade de tratamento ortodôntico<sup>38-40</sup>. Os pacientes satisfeitos e os insatisfeitos emitem e publicam as suas opiniões e cabe aos profissionais estabelecerem um relacionamento assertivo com seus pacientes o que resultará em um número expressivo de publicações com opiniões positivas resultando em um marketing positivo<sup>20,21</sup>. A eleição do/a Ortodontista pelo paciente geralmente fundamenta-se em sua reputação e as redes sociais representam uma importante ferramenta dessa gestão onde 63% dos pais consideram o grau de reputação do profissional publicada em redes sociais como um fator decisivo de escolha<sup>21</sup>. As habilidades interpessoais do/a ortodontista e de toda a equipe são fatores que exercem grande influência na decisão do/a paciente na escolha do profissional que realizará o seu tratamento<sup>22</sup>. Comentários negativos realizados de forma direta a um profissional representam de 8 a 10% das postagens nas mídias sociais, geralmente ligadas a falhas na comunicação e relacionamento profissional/paciente<sup>41</sup>.

Os pacientes normalmente questionam os profissionais sobre seus tratamentos ortodônticos e comparam as informações com as que obtiveram em suas pesquisas nas redes sociais. Os profissionais devem exercer uma comunicação de qualidade e oferecer atenção ao paciente para que as relações paciente/profissional não se abalem e repercuta no resultado do tratamento ortodôntico<sup>42</sup>. Falhas de linguagem entre profissional e paciente pode ser uma barreira na construção de uma comunicação efetiva principalmente quando

se discutem as expectativas do paciente frente ao tratamento ortodôntico<sup>43,44</sup>. O profissionalismo e a ética devem governar as interações no relacionamento profissional/paciente. O uso das mídias sociais de forma inadequada pelos ortodontistas e sem um real propósito clínico, apoiado em evidências científicas, podem afetar a percepção dos pacientes sobre a especialidade Ortodontia e sobre os/as Ortodontistas. A utilização inadequada das mídias sociais com postagens de imagens de pacientes “antes e depois” do tratamento ortodôntico pode induzir o/a paciente acreditar que o seu tratamento obterá o mesmo resultado provocando grande questionamentos, desentendimentos e abalando o relacionamento profissional/paciente<sup>18,45</sup>. Sugere-se aos profissionais manter contas separadas nas redes sociais, uma para postar informações da sua vida pessoal e outra sobre a sua vida profissional de forma a evitar mal-entendidos e interações indesejáveis com seus pacientes e colegas de especialidade<sup>25</sup>.

Cabe ao profissional elaborar e exercer uma comunicação centrada no paciente na qual o foco principal é entender as necessidades individuais dos pacientes<sup>42</sup>. A comunicação centrada no paciente foca na tomada de decisões de tratamento compartilhadas entre profissional e paciente e para isso o profissional necessita se preparar adequadamente com informações apoiadas em evidências científicas para justificar as opções de tratamento, explicando os riscos, os benefícios de cada opção de tratamento que por vezes podem estar diferentes das que o paciente obteve nas redes sociais<sup>41-45</sup>. O profissional deve sempre considerar a qualidade de vida, os valores individuais do paciente para orientá-lo adequadamente na tomada de decisão clínica, auxiliá-los a entender a importância das recomendações que promoveram a qualidade do tratamento

oferecido<sup>46</sup>. Por meio de um relacionamento efetivo entre o profissional e paciente o/a ortodontista consegue perceber os sentimentos do/a paciente, sua motivação diante o tratamento, sua percepção de auto-imagem e suas expectativas<sup>47-51</sup>. Somente por meio de um diálogo honesto e transparente entre profissional e paciente que se estabelece confiança e credibilidade<sup>42</sup>. É inegável a contribuição das mídias sociais para o desenvolvimento da Ortodontia, beneficiando os pacientes e os profissionais, desde que utilizada com prudência e profissionalismo<sup>52,53</sup>.

A visão mais holística e humanizada do tratamento odontológico, independentemente da especialidade, o aperfeiçoamento de habilidades e competências em comunicação, em saber ouvir, entender seus pacientes, estabelecer uma linguagem clara considerando os aspectos individuais culturais de seus pacientes, devem ser incluídas nos programas de educação odontológica universitária, contribuindo imensamente na construção de um/a profissional bem qualificado para exercer suas funções em um mercado altamente competitivo<sup>54</sup>.

## Conclusão

As informações obtidas indicaram a forte influência das redes sociais em Ortodontia sendo amplamente utilizadas pelos profissionais e pacientes. As entidades de classe se preocupam com a qualidade de informação postada e oferecem guias e capacitações para auxiliar os profissionais na elaboração do conteúdo publicado. Os ortodontistas desenvolvem uma comunicação assertiva com seus pacientes, praticando a escuta ativa, explicando as possibilidades e limitações inerentes a cada caso e personalizando o tratamento de acordo com as expectativas do paciente,

contribuindo assim para o desenvolvimento de um cuidado centrado no paciente.

## REFERÊNCIAS

1. Kharbanda OP, Qureshi T, Fatima K, Khandelwal M. Exploring the pros and cons of social media in orthodontics: A critical analysis of the perspectives of patients and professionals. **Semin Orthod.** 2023;29:335-41.
2. Tuncer C, Canigur Bavbek N, Aras I, Aksoy A, Küçükkeleş N. How Do Patients and Parents Decide for Orthodontic Treatment—Effects of Malocclusion, Personal Expectations, Education and Media. **J Clin Pediatr Dent.** 2015;39(4):392-9.
3. Rodd H, Timms L, Noble F, Bux S, Porritt J, Marshman Z. Message to Dentist: Facilitating Communication with Dentally Anxious Children. **Dent J (Basel).** 2019;7(3):69.
4. Sharif MO, Siddiqui NR, Hodges SJ. Patient awareness of orthodontic mobile phone apps. **J Orthod.** 2019;46(1):51-5.
5. Papadimitriou A, Pantzo L, Tsialis T, Tsolakis AI. Social media and orthodontic treatment from the patient's perspective: a systematic review. **Eur J Orthod.** 2020;42(3):231-41.
6. Graf I, Gerwing H, Hofer K, Ehlebracht D, Lapatki B, Braumann B. Social media and orthodontics: A mixed-methods analysis of orthodontic-related posts on Twitter and Instagram. **Am J Orthod Dentofacial Orthop.** 2020;158(2):221-8.
7. Barber S. Shared decision-making in orthodontics: Are we there yet? **J Orthod.** 2019;46(1\_suppl):21-5.
8. Stonehouse-Smith D, Pandis N, Bister D, Seehra J. Clinical communication in orthodontics: Any questions? **J Orthod.** 2022;49(4):448-56.
9. Al-Silwadi FM, Gill DS, Petrie A, Cunningham SJ. Effect of social media in improving knowledge among patients having fixed appliance orthodontic treatment: A single-center randomized controlled trial. **Am J Orthod Dentofacial Orthop.** 2015;148(2):231-7.
10. Livas C, Delli K, Ren Y. Quality evaluation of the available Internet information regarding pain during orthodontic treatment. **Angle Orthod.** 2013;83(3):500-6.
11. Meade MJ, Dreyer CW. What's in a hashtag: a content evaluation of Instagram posts related to orthodontic retention and retainers. **J World Fed Orthod.** 2021;10(1):35-9.
12. Arslan S, Korkmaz YN, Buyuk SK. Can TikTok provide reliable information about orthodontics for patients? **J Consum Health Internet.** 2022;26(1):1-11.
13. Sezici YL, Gediz M, Dindaroglu F. Is YouTube an adequate patient resource about orthodontic retention? A cross-sectional analysis of content and quality. **Am J Orthod Dentofacial Orthop.** 2022;161(1):e72-9.
14. Meade MJ, Dreyer CW. Analysis of the information contained within TikTok videos regarding orthodontic retention. **J World Fed Orthod.** 2022;11(6):170-5.
15. Siddiqui N, Chia M, Sharif MO. Social media and orthodontics: Are our patients scrolling? **J Orthod.** 2022;49(2):179-84.
16. Meira TM, Barbosa GC, de Oliveira AM, Ribeiro AA, Ferreira RI, Sant'Anna EF, et

- al. The effects of images posted to social media by orthodontists on public perception of professional credibility and willingness to become a client. **Prog Orthod.** 2021;22(1):7.
17. Albayrak E, Büyükçavuş MH. Does YouTube offer high-quality information? Evaluation of patient experience videos after orthognathic surgery. **Angle Orthod.** 2023;93(4):409-16.
  18. Machado MA, Daruge E, Paranhos LR. Estratégias de comunicação e o código de ética Odontológica. **Rev Clin Ortod Dental Press.** 2013;12(2):72-6.
  19. Gandedkar N, Lee B, Kulbersh V, Hechler S, Sameshima G, Behrents RG, et al. World Federation of Orthodontists social media guidelines: Ensuring accuracy, reliability, and objectivity in online orthodontic information. **J World Fed Orthod.** 2025;14(4):187-93.
  20. Jorgensen G. Attracting orthodontic patients via the Internet: A 20-year evolution. **Am J Orthod Dentofacial Orthop.** 2015;148(6):939-42.
  21. Nelson KL, Nelson DG, Williams K, Bruner RL, Burnes RL, Chung CH. Orthodontic marketing through social media networks: The patient and practitioner's perspective. **Angle Orthod.** 2015;85(6):1035-41.
  22. Loiola ME, Scatolin RS, Oliveira CA, Oliveira RF. A Ortodontia e as mídias sociais. **Ortodontia SPO.** 2014;47(1):83-9.
  23. Edwards DT, Siqueira DF, Goley D, Vig KW, Johnston LE Jr, Johnston LE. Media Advertising Effects on Consumer Perception of Orthodontic Treatment Quality. **Angle Orthod.** 2008;78(5):771-7.
  24. Degirmencioglu E, Liliçoglu H. Evaluating the impact of social media marketing from the perspective of orthodontists. **BMC Oral Health.** 2024;24(1):779.
  25. Mendonça DL, Işper Garbin AJ, Işper Garbin CA, Saliba Moimaz SA, Fagundes ML, Roviada TAS. The influence of text messages and anxiety on pain perception and its impact on orthodontic patients routine. **Dental Press J Orthod.** 2020;25(5):30-7.
  26. Al-Moghrabi D, Alkadhimi A, Tsihklaki A, Pandis N, Fleming PS. The influence of mobile applications and social media-based interventions in producing behavior change among orthodontic patients: a systematic review and meta-analysis. **Am J Orthod Dentofacial Orthop.** 2022;161(3):338-54.
  27. Prithviraj D, Siddiqui N, Smyth R, Sharif MO. The awareness and use of orthodontic apps and social media by orthodontists in the UK: A questionnaire-based study. **J Orthod.** 2023;50(1):9-17.
  28. Henzel MR, Işherwood GM, Seehra J, Fleming PS. A qualitative analysis of orthodontic-related posts on Twitter. **Angle Orthod.** 2014;84(2):203-7.
  29. Meade M, Jensen E, Poirier B. A scoping review of the quality of orthodontic information on YouTube. **Orthod Craniofac Res.** 2025;28(4):605-26.
  30. Kılınç D. Is the information about orthodontics on YouTube and TikTok reliable for the oral health of the public? A cross sectional comparative study. **J Stomatol Oral Maxillofac Surg.** 2022;123(5):349-54.
  31. Meade M, Poirier B, Ju X, Dreyer CW. Orthodontic patient experiences shared

- on social media: a scoping review. **Semin Orthod.** 2023;29(4):326-34.
32. Ali Yavan M, Gökçe G. YouTube as a source of information on adult orthodontics: a video analysis study. **J World Fed Orthod.** 2022;11(2):41-6.
  33. Perez E, Martinez N, Alvarez B, Janakiraman N, Gandedkar N, Tsolakis AI, et al. Is the quality of the orthodontic information in social media platforms reliable? A systematic review. **J Am Dent Assoc.** 2024;155(10):845-57.
  34. Yavan M, Gokçe G. Orthodontists on social media: Instagram's influence. **Turk J Orthod.** 2024;37(1):14-21.
  35. Liew I, Sharif M, Cunningham S. Orthodontic YouTube videos made by patients for patients: what are they about and are they accurate? **J Orthod.** 2025;52(1):22-36.
  36. Holden A. Social media and professionalism: does the profession need to re-think the parameters of professionalism within social media? **Aust Dent J.** 2017;62(1):23-9.
  37. Lee R, Chang HC, Wang KC, Guo HR, Chiu JS. Treatment satisfaction and its influencing factors among adult orthodontic patients. **Am J Orthod Dentofacial Orthop.** 2018;153(6):808-17.
  38. Al-Gunaid TH, Al-Fahad AM, Al-Dhabaan RH, Al-Gunaid AT, Alzayed EA. Determining the impact of orthodontic patients' characteristics on their usage and preferences of social media. **J Taibah Univ Med Sci.** 2021;16(1):16-21.
  39. Glick M. The Internet-informed patient: opportunities for patient-centered care. **J Am Dent Assoc.** 2013;144(3):239-40.
  40. Reynders R, Isaia L. Social media and orthodontics: a commentary on a systematic review. **Evid Based Dent.** 2019;20(4):123-6.
  41. Meade MJ, Dreyer CW, Poirier B. Evaluation of orthodontic retention and retainer content on the Reddit social media website. **J World Fed Orthod.** 2023;12(5):213-9.
  42. Seymour B, Getman R, Suda A, Anderson M, Huebner CE. Patient-Centered Communication: Exploring the Dentist's Role in the Era of e-Patients and Health 2.0. **J Dent Educ.** 2016;80(6):697-704.
  43. Berry L, Jones A, Barber S. Laypeople's interpretation of, and preference for, Orthodontic images. **J Orthod.** 2022;49(3):296-303.
  44. de Souza RA, de Oliveira AF, Pinheiro SM, Cardoso JP, Magnani MB. Expectations of orthodontic treatment in adults: the conduct in orthodontist/patient relationship. **Dental Press J Orthod.** 2013;18(2):88-94.
  45. Alalola B, Alkhudary R, Alghoraibi B, Alajlan A, Alkhadidi A. The impact of orthodontists' image-based social media posts on the public's willingness to seek treatment in the central region of Saudi Arabia. **Patient Prefer Adherence.** 2025;19:1255-61.
  46. Assis MA, Santos-Junior RB, Guariza-Filho O, Suyama AT, Sutil L, Ribeiro GLU, et al. Information and Communications Technology in Dentistry: an informative and educational approach for patients with fixed orthodontic appliances. **Dental Press J Orthod.** 2022;27(3):e22spe3.
  47. Ukra A, Bennani F, Farella M. Psychological aspects of orthodontics in clinical practice. Part Two: general

psychosocial wellbeing. **Prog Orthod.** 2012;13(1):69-77.

48. Graf I, Ehlebracht D, Hofer K, Braumann B. Looking good but tweeting bad? The social perception of orthodontic-related posts on Twitter and Instagram. **Head Face Med.** 2019;15(1):11.