



FACULDADES NOVA ESPERANÇA
CURSO DE BACHARELADO EM ODONTOLOGIA

CAROLINE DE FARIAS LOPES

**INFLUÊNCIA DAS MÍDIAS DIGITAIS NA SATISFAÇÃO DA AUTOPERCEPÇÃO
DO SORRISO E IMPACTOS NA AUTOACEITAÇÃO**

JOÃO PESSOA-PB

2023

CAROLINE DE FARIAS LOPES

**INFLUÊNCIA DAS MÍDIAS DIGITAIS NA SATISFAÇÃO DA
AUTOPERCEPÇÃO DO SORRISO E IMPACTOS NA AUTOACEITAÇÃO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à
Faculdade Nova Esperança como parte dos
requisitos exigidos para a conclusão do curso de
Bacharelado em Odontologia.

Orientadora: Prof. ^a Dr^a. Isabelle Lins Macêdo de Oliveira

JOÃO PESSOA-PB

2023

L851i

Lopes, Caroline de Farias

Influência das mídias digitais na satisfação da autopercepção do sorriso e impactos na autoaceitação / Caroline de Farias Lopes. – João Pessoa, 2023.

22f.; il.

Orientadora: Prof^ª. Dr^ª. Isabelle Lins Macêdo de Oliveira.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Odontologia) – Faculdade Nova Esperança - FACENE

1. Mídias Sociais. 2. Estética Dentária. 3. Satisfação Pessoal. 4. Beleza. I. Título.

CAROLINE DE FARIAS LOPES

**INFLUÊNCIA DAS MÍDIAS DIGITAIS NA SATISFAÇÃO DA
AUTOPERCEPÇÃO DO SORRISO E IMPACTOS NA AUTOACEITAÇÃO**

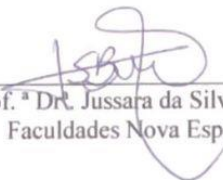
Relatório apresentado à Faculdade Nova Esperança como parte das exigências para a obtenção do título de Cirurgiã-dentista.

João Pessoa, 24 de outubro de 2023.

BANCA EXAMINADORA

Isabelle Lins Macêdo de Oliveira

Prof.ª Dr.ª Isabelle Lins Macêdo de Oliveira
Faculdades Nova Esperança


Prof.ª Dr.ª Jussara da Silva Barbosa
Faculdades Nova Esperança

Priscilla Kelly Batista Leite da Silva Montenegro
Prof.ª Me. Priscilla Kelly Batista Leite da Silva Montenegro
Faculdades Nova Esperança

Esse trabalho é dedicado primeiramente a Deus, que meu deu forças para chegar até aqui. E à minha família, que sempre me apoiou em tudo.

AGRADECIMENTOS

Eu gostaria de começar agradecendo a Deus, por me conduzir durante todo esse processo de formação do meu sonho. Momentos difíceis vieram, mas ele nunca me desamparou, acalmou meu coração e me fez enxergar que tudo valeria a pena. Deus é fiel e cumpre suas promessas.

À minha família, que é a base de tudo, sem eles eu não teria conseguido chegar até aqui. Obrigada mãe (Andreza) e pai (Wilson), por investir na minha educação, por não medir esforços para a concretização desse sonho, nenhum desafio os fez parar e juntos vencemos. À minha irmã, Bruna, que sempre foi minha companheira, esteve em todas as horas do meu lado, me ajudando sempre que precisei.

Quero agradecer ao meu Amor, Gabriel, por ser meu maior incentivador, me apoiar, me aconselhar e me acolher nos momentos que pensei que não iria conseguir, obrigado por estar sempre ao meu lado em todos os momentos.

Não poderia esquecer das minhas amigas Gabi, Laura e Rita, por dividir tantos momentos bons e ao mesmo tempo tantos desafios durante esses 5 anos. Vocês foram essenciais na minha trajetória. Maria Rita, obrigada por ter sido uma dupla que, com um simples olhar, a gente se entendia. E, no último período, me conectei com Fernanda, a minha nova dupla, que felicidade dividir conhecimentos com você, obrigada por me ensinar diariamente a amar a odontologia.

A todos os professores que contribuíram para a minha formação.

Por fim, e não menos importante, a minha orientadora, Isabelle Lins, por ser uma profissional incrível, humilde em saber passar seu conhecimento de uma forma leve, por seu cuidado na clínica quando estamos inseguros e ela acredita no nosso potencial, sou muito grata por tudo.

RESUMO

É notório que no mundo contemporâneo a estética do sorriso ganhou destaque como um indicador de valor social a ser seguido. Observa-se que os pacientes estão com exigências estéticas mais recorrentes, mediante a popularização dos procedimentos odontológicos nas redes sociais. O objetivo do estudo foi avaliar a satisfação do sorriso dos entrevistados, investigando uma possível influência das mídias sociais digitais na percepção do sorriso e autoaceitação dos pacientes. Foi realizado um estudo de campo descritivo e transversal, com abordagem quantitativa e por meio de técnica por observação direta extensiva, com a aplicação de um formulário. Os dados foram coletados durante os turnos com atendimento a pacientes na sala de espera da Clínica Escola de Odontologia da Facene. A amostra foi composta por 50 pacientes que atenderam aos critérios de elegibilidade. Os dados coletados foram transcritos e tabulados em planilha Excel, com base na análise descritiva. Os resultados encontrados foram que a maioria dos participantes acessa as redes sociais por 2 a 3 horas por dia (44%), sendo a rede social mais acessada pelos entrevistados o WhatsApp (42%). A característica dental que os entrevistados acharam mais atraente em um sorriso foi a posição e a cor dos dentes (ambos com 34%). Dentre os 50 participantes, 32 disseram estar satisfeitos com o sorriso atual, mas gostariam de mudar alguma característica (64%), principalmente a cor dos dentes (44%). 73,5% dos entrevistados responderam que a mídia interfere na percepção da satisfação do seu sorriso atual e 66% da amostra respondeu que se sentia influenciada a procurar melhorar esteticamente seu sorriso mediante à popularidade de procedimentos divulgados nas redes sociais. Cabe ao cirurgião-dentista preservar a individualidade de cada paciente e não repetir protocolos padrões do que é imposto pela mídia.

PALAVRAS-CHAVE: Mídias sociais. Estética dentária. Satisfação pessoal. Beleza.

ABSTRACT

It is well known that in the contemporary world, the aesthetics of a smile has gained prominence as an indicator of social value to be followed. It is observed that patients have more recurring aesthetic demands, due to the popularization of dental procedures on social networks. The objective of the study was to evaluate interviewees' smile satisfaction, investigating a possible influence of digital social media on patients' smile perception and self-acceptance. A descriptive and cross-sectional field study was carried out, with a quantitative approach and using an extensive direct observation technique, with the application of a form. Data were collected during patient care shifts in the waiting room of the Facene Dental School Clinic. The patient sample consisted of 50 patients who met the eligibility criteria. The collected data were transcribed and tabulated in an Excel spreadsheet, based on descriptive analysis. The results found were that the majority of participants access social networks for 2 to 3 hours a day (44%), the social network most accessed by respondents is WhatsApp (42%), followed by Instagram (40%). The dental feature that respondents found most attractive in a smile was the position and color of the teeth (both 34%). Among the 50 participants, 32 said they were satisfied with their current smile, but would like to change some feature (64%), mainly the color of their teeth (44%). 73.5% of those interviewed responded that the media interferes with the perception of satisfaction with their current smile and 66% of the sample responded that they felt influenced to seek to improve their smile aesthetically due to the popularity of procedures publicized on social networks. It is up to the dentist to preserve the individuality of each patient and not repeat standard protocols imposed by the media.

KEYWORDS: Social media. Dental aesthetics. Personal satisfaction. Beauty.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	10
MATERIAL E MÉTODOS.....	11
Desenho da pesquisa.....	11
Considerações éticas.....	12
Caracterização da amostra.....	12
Instrumento e procedimento de coleta de dados.....	12
Análise dos dados.....	13
RESULTADOS	13
DISCUSSÃO.....	19
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	21
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	21

LISTA DE FIGURAS

Figura 1.....	13
Figura 2.....	14
Figura 3.....	14
Figura 4.....	15
Figura 5.....	15
Figura 6.....	16
Figura 7.....	16
Figura 8.....	17
Figura 9.....	17
Figura 10.....	18
Figura 11.....	18

INTRODUÇÃO

É notória a evolução dos meios de comunicação na história da sociedade, uma vez que atualmente o processo de comunicabilidade, por meio do advento da Internet, vem sendo de maneira instantânea, facilitador da partilha e a interação entre pessoas, até mesmo de localidades geográficas distantes. Ademais, as informações estão chegando de maneira mais elucidadas, despertando cada vez mais os cinco sentidos do ser humano, através de textos, imagens e vídeos.¹ Além disso, nota-se um crescente número entre usuários do meio digital. Em janeiro de 2023, foi evidenciado um dado que o Brasil abriga cerca de 152,4 milhões de usuários de mídia social, o equivalente a 70,6% da população nacional.²

Com a significativa inclusão da Odontologia nas mídias digitais, em 2019 a Resolução 196/2019 alterou o Código de Ética Odontológico (CEO), permitindo a publicação de imagens relativas ao diagnóstico e ao resultado do tratamento odontológico realizado. Desta maneira, as redes sociais passaram a ser um meio de divulgação, expressão e repercussão de informações sobre a Odontologia, influenciando diretamente na captação de pacientes, sendo atraídos pelas fotografias de procedimentos odontológicos pré e pós-tratamento, mediante ao marketing digital.³

A sociedade percebe a beleza por meio do ambiente que está inserida, sendo assim pessoas de influência nas redes sociais trazem consigo uma padronização de opiniões e escolhas do que é ser “belo”. Diante disso, em decorrência da popularização de procedimentos odontológicos como as facetas em resina composta, laminados cerâmicos, bichectomia, harmonização orofacial, gengivoplastia e clareamento dental, trazem consigo uma padronização do que deve ser adotado pela população no geral, como um estereótipo a ser seguido. Observa-se que os pacientes estão com exigências estéticas mais recorrentes, sendo a estética mais valorizado, até mesmo que a função.⁴

Com as padronizações de estilos de vidas “perfeitas” nas mídias digitais é evidenciado a ditadura da beleza, ingerida com facilidade pela própria sociedade, visto que muitas pessoas tomam medidas extremas para mudarem seu biótipo. Entretanto, existem inúmeros fatores que dificultam a questão de se estar “dentro dos padrões”, como classe social e recursos financeiros. Logo, causam impactos na saúde emocional, que trazem um peso de não conseguir aquilo que está em ênfase nas redes sociais, levando a um quadro de desejo exacerbado, frustração e impasses na autoaceitação. Além disso, as doenças

psicológicas, como ansiedade e depressão levam milhares de adolescentes e jovens à morte todo ano e, muitas vezes, por falta de autoaceitação e comparação com o mundo digital.⁵

Esse estudo teve como justificativa evidenciar os meios de comunicação, atualmente prevalecendo os digitais, que estão interferindo e influenciando a opinião e desejo dos pacientes. As informações vêm sendo trazidas em forma de mercadoria na contemporaneidade, através da divulgação. Formando muitas das vezes um “padrão estético” a ser seguido pelo discurso midiático do que pode ser belo e induz as massas a consumirem e se adequarem ao biótipo.⁶

É notório que no mundo contemporâneo a estética do sorriso ganhou destaque como um indicador de valor social a ser seguido. Logo, se faz necessário a realização de estudos para melhor elucidar o impacto que as mídias digitais estão causando na percepção da satisfação do sorriso, maior demanda e procura de pacientes para a Odontologia Estética. Avaliando, assim, os efeitos na autoaceitação que essa padronização vem trazendo, visto que a experiência pessoal e o ambiente no qual a pessoa vive influenciam a preferência pela estética do sorriso mais do que a opinião dos próprios cirurgiões-dentistas.⁷

O objetivo do estudo foi avaliar a satisfação do sorriso dos participantes, investigando uma possível influência das mídias sociais digitais na percepção do sorriso e autoaceitação, caracterizar influências positivas ou negativas das mídias digitais mediante a autoaceitação, investigar o tempo médio gasto em redes sociais, a principal rede acessada e qual rede social se sente mais influenciado. Por fim, verificar se as variáveis de **sexo**, faixa etária, escolaridade dos entrevistados, renda interferem na influência pela mídia.

MATERIAL E MÉTODOS

Desenho da pesquisa

Tratou-se de um estudo de campo descritivo e transversal, com abordagem quantitativa, por meio de técnica por observação direta extensiva, com a aplicação de um formulário.

Considerações éticas

Esse estudo foi submetido à apreciação pelo Comitê de Ética em Pesquisa Envolvendo Seres Humanos das Faculdades Nova Esperança, o qual avaliou as implicações éticas pertinentes ao desenvolvimento deste, de acordo com a resolução do CNS/CONEP n.466/2012 e Código de Ética dos profissionais da Odontologia, resolução 118/2012 CFO, e aprovou a pesquisa sob número de parecer 6.143.742. Os pacientes que aceitaram participar da pesquisa, assinaram o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, recebendo uma cópia do documento.

Caracterização da amostra

A população da pesquisa estudada foi composta por pacientes atendidos na Clínica Escola de Odontologia da Faculdade Nova Esperança (FACENE). A amostra de pacientes foi composta por n=50 pacientes, essa amostra probabilística foi definida através da calculadora amostral, com uma população de 297 pacientes (contagem por mês), erro amostral sendo de 5%, o nível de confiança sendo 95%, ficando estipulado um n = 135, porém pelo curto tempo de coleta de dados, não foi possível chegar ao número da amostra. Atenderam aos critérios de elegibilidade: possuir idade maior ou igual a 18 anos, aceitação em participar da pesquisa voluntariamente, compactuando com os termos da pesquisa expressos no Termo de Consentimento Livre e Esclarecido e que tivessem aparelho telefônico próprio com uso de redes sociais.

Instrumento e procedimento de coleta de dados

Foi realizado um levantamento de dados a partir de um formulário desenvolvido pelas pesquisadoras e aplicado por meio on-line no *google forms*. Os dados foram coletados durante os turnos com atendimento a pacientes na sala de espera da Clínica Escola de Odontologia da Facene, mediante a aplicação de um formulário desenvolvido pelas pesquisadoras.

A pesquisadora distribuiu um QR-code para os pacientes da sala de espera da Clínica Escola de Odontologia - Centro de Saúde Nova Esperança responderem no seu

próprio celular. O participante recebeu uma cópia do TCLE após o preenchimento do formulário, por e-mail.

Análise dos dados

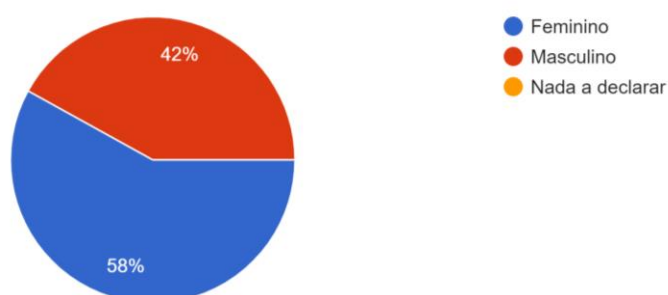
Os dados coletados foram transcritos e tabulados em planilha Excel, com base na análise descritiva. Para os procedimentos descritivos, foram apresentadas frequências e porcentagens.

RESULTADOS

A amostra foi composta por 50 pacientes atendidos na clínica escola de Odontologia das Faculdades Nova Esperança.

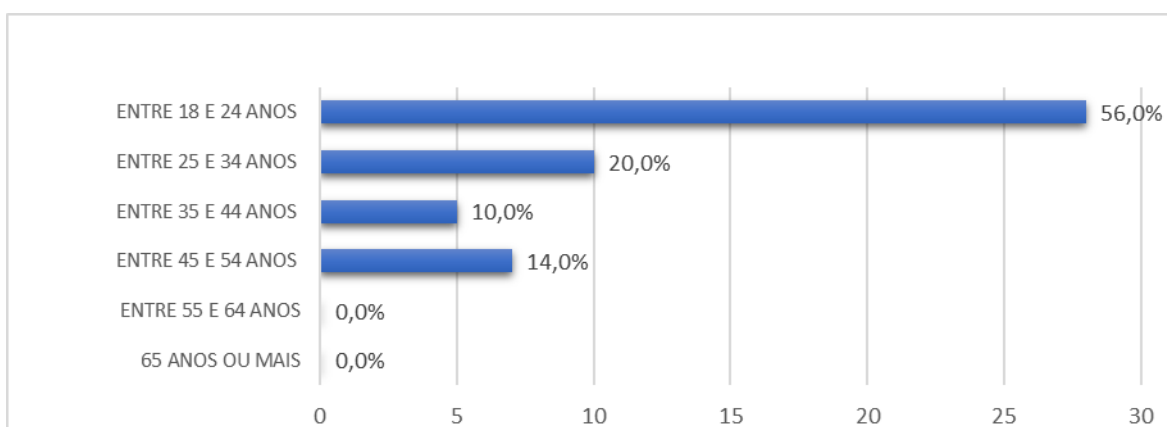
A frequência de sexo da pesquisa foi de 58% sendo feminino (29 pacientes) e 42% (21 pacientes) sendo masculino (FIGURA 1).

Figura 1- Distribuição percentual da amostra segundo o **sexo** dos participantes



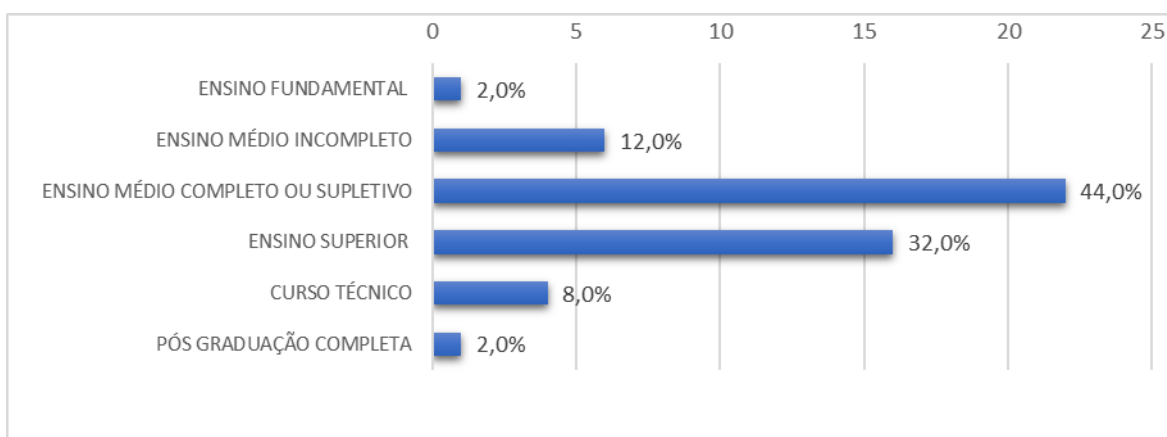
Fonte: Dados da pesquisa

Dentre os 50 participantes da pesquisa, 28 pacientes apresentaram faixa etária entre 18 e 24 anos (representando cerca de 56% da amostra), seguido da faixa etária entre 25 e 34 anos com 20% (FIGURA 2).

Figura 2- Faixa etária dos pacientes

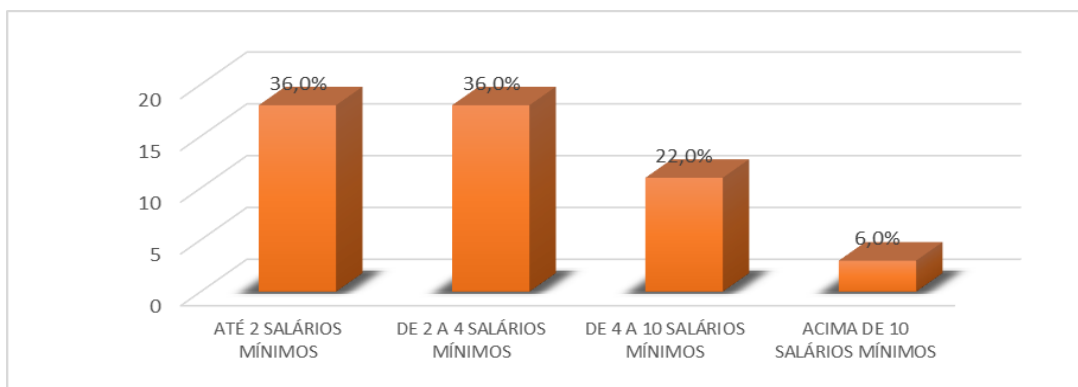
Fonte: Dados da pesquisa

Quanto ao nível de escolaridade mais alto concluído pelos participantes, foi observado que 44% da amostra completou o ensino médio ou fez supletivo (22 pacientes). Cerca de 32% cursaram o ensino superior completo (16 pacientes) e 12% dos participantes teve o ensino médio incompleto (6 pacientes) (FIGURA 3).

Figura 3- Nível de escolaridade do participante

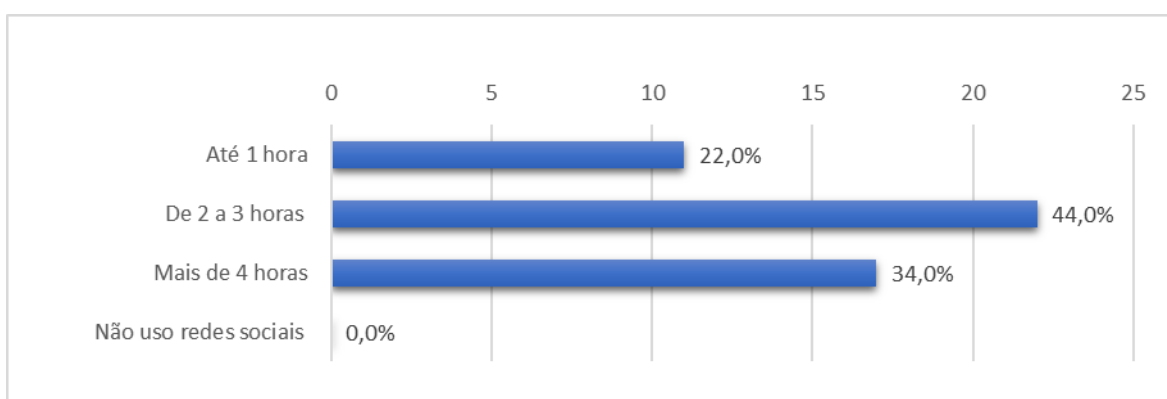
Fonte: Dados da pesquisa

Em relação à faixa de renda bruta da família do participante, cerca de 36% dos pacientes informaram ganhar até 2 salários mínimos, outros 36% ganham de 2 a 4 salários mínimos e 22% da amostra ganha de 4 a 10 salários mínimos (FIGURA 4).

Figura 4 - Média de renda bruta da família

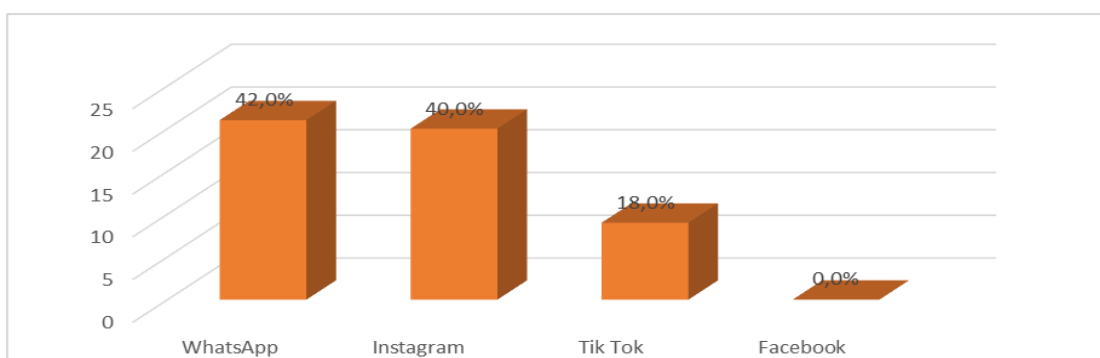
Fonte: Dados da pesquisa

Quando questionados sobre o tempo que acessam as redes sociais em um dia comum, 22 entrevistados responderam que passam de 2 a 3 horas em mídias digitais (44%), 17 responderam que passam mais de 4 horas (34%) e 11 entrevistados responderam que passam até 1 hora em redes sociais (22%) (FIGURA 5).

Figura 5- Tempo médio de acesso diário a redes sociais

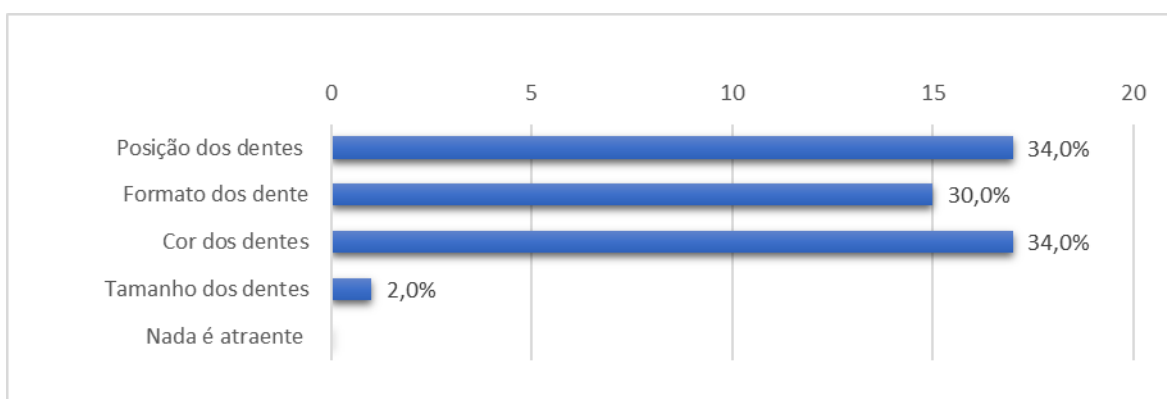
Fonte: Dados da pesquisa

Os entrevistados foram indagados sobre qual a rede social mais acessada no seu dia a dia, a maior frequência foi o WhatsApp com 42% (21), seguida do Instagram com 40% (20) dos participantes (FIGURA 6).

Figura 6- Rede social que mais acessa no dia a dia

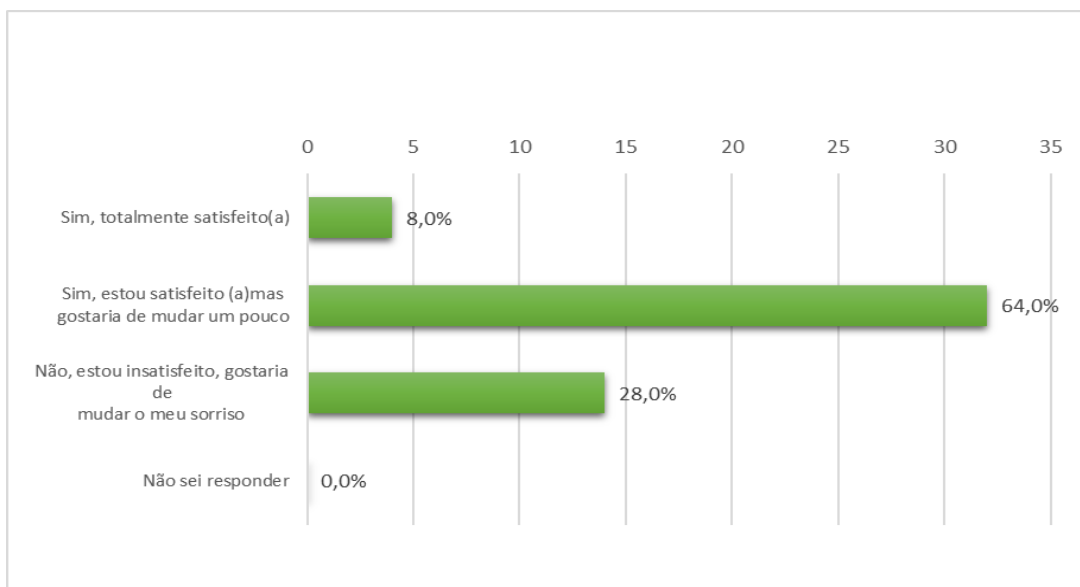
Fonte: Dados da pesquisa

Foi perguntado sobre qual a característica dental que o entrevistado achava mais atraente em um sorriso. Observou-se que 34% das respostas relataram achar a posição dos dentes a característica mais atraente, os outros 34% responderam a cor dos dentes e 30% dos entrevistados marcaram que acham o formato dos dentes sendo a característica mais atraente (FIGURA 7).

Figura 7- Característica dental mais atraente em um sorriso

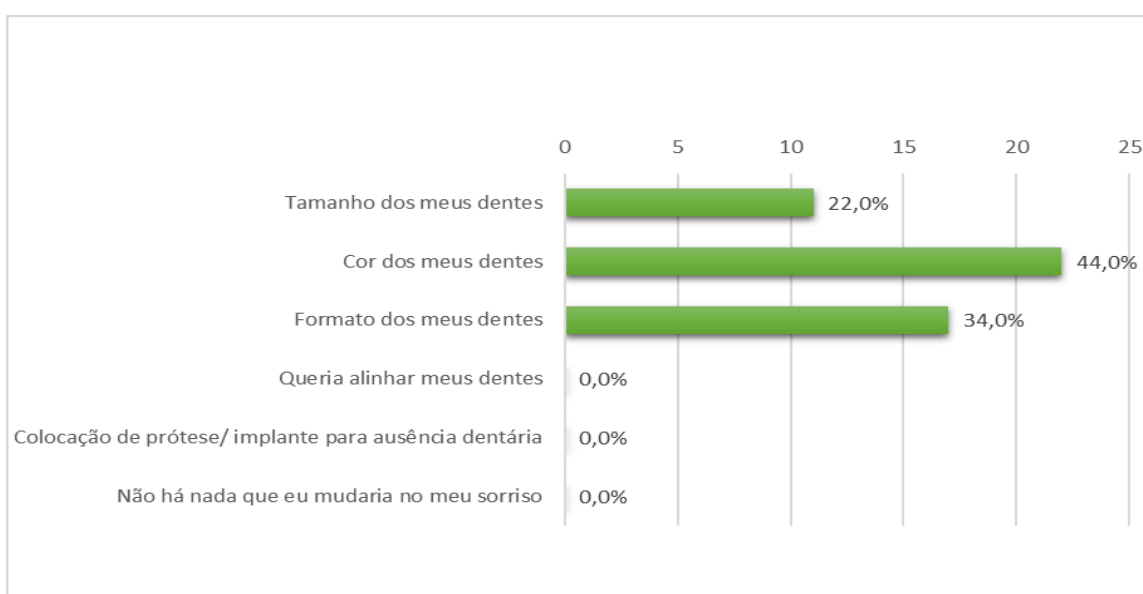
Fonte: Dados da pesquisa

Os participantes foram questionados sobre o grau de satisfação com seu sorriso atual. Dentre os 50 participantes, 32 disseram estar satisfeitos com o sorriso atual, mas gostariam de mudar alguma característica (64%), 14 relataram estarem insatisfeitos e gostariam de mudar o sorriso (28%), e 4 pacientes afirmaram estarem satisfeitos com seu sorriso atual (8%) (FIGURA 8).

Figura 8- Grau de satisfação com o sorriso atual

Fonte: Dados da pesquisa

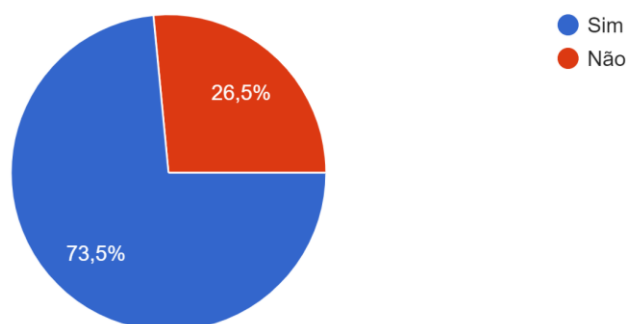
De acordo com a figura 9, os pacientes responderam o que mais gostariam de mudar no seu sorriso atual. A resposta mais significativa foi “a cor dos dentes”, totalizando 44% da amostra. Em seguida, 34% dos entrevistados relataram que gostariam de mudar “o formato dos dentes” e, em terceiro lugar, os participantes gostariam de mudar “o tamanho dos dentes” (22%) (FIGURA 9).

Figura 9- Mudança idealizada no sorriso atual

Fonte: Dados da pesquisa

Após o questionamento, se as redes sociais interferem na satisfação estética do sorriso, 73,5% responderam que a mídia interfere na percepção da satisfação do seu sorriso atual.

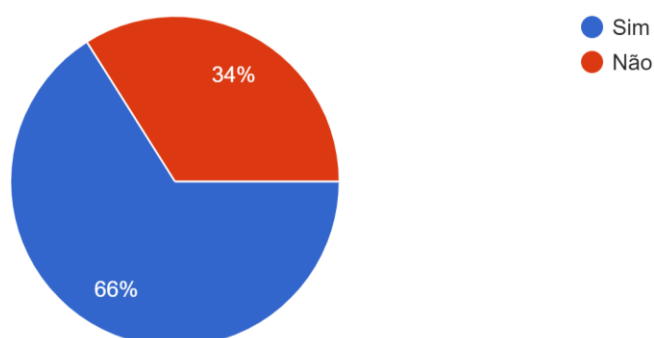
Figura 10- Interferência na opinião de satisfação da estética do sorriso mediante o acesso de redes sociais



Fonte: Dados da pesquisa

Os participantes foram questionados se sentiam-se influenciados a procurar melhorar esteticamente seu sorriso mediante à popularidade de procedimentos divulgados nas redes sociais (como facetas em resina composta, laminados cerâmicos, clareamento dental). 66% da amostra respondeu que são influenciados.

Figura 11- Influência na procura em melhorar o sorriso, por conta da popularidade de procedimentos nas redes sociais



Fonte: Dados da pesquisa

DISCUSSÃO

A hipótese testada nesse estudo de que a satisfação do sorriso dos entrevistados sofre influência das mídias sociais digitais e possui impactos na autoaceitação dos pacientes foi aceita.

A realidade global é que qualquer pessoa com uma conexão de rede tem acesso aos sites de mídia social e cada indivíduo tem consigo um poder de influência, pela divulgação instantânea dos fatos, já que as novas tecnologias permitiram a criação de meios de comunicação mais interativos, liberando os indivíduos das limitações de espaço e tempo, tornando a comunicação mais flexível.⁸ Abbasi *et al.*⁹ levantaram dados em relação à plataforma de mídia social mais utilizada, a maioria utilizava o Instagram[®] (59,2%), seguido do Facebook[®] (31,7%), em contrapartida no presente estudo o WhatsApp se mostrou a rede social mais acessada (42%), seguida do Instagram com 40% e o Tik Tok com 18%. Em relação ao número de horas gastas nas redes sociais, a maioria dos entrevistados usou as redes sociais por 2–3 horas (30,2%), 3–5 horas (27,5%) e 1–2 horas (22,8%)⁹, já nessa atual pesquisa 44% responderam acessar as mídias sociais por 2 a 3 horas, 34% disseram usar mais de 4 horas por dia e 22% relatou passar até 1 hora por dia em redes sociais.

No presente estudo, foi possível observar que a maioria da amostra (64%) se encontrava satisfeita com a forma de apresentação do seu sorriso, mas gostaria de mudar algum detalhe, 28% se mostraram insatisfeitos com seu sorriso e apenas 8% afirmaram estar totalmente satisfeitos. Braga *et al.*⁴ também observaram em sua pesquisa que, apesar de a maioria também se mostrar satisfeita com seu sorriso, 62% dos participantes afirmaram satisfação, mas também expressaram desejo de mudanças no sorriso, 17,5% afirmaram estar totalmente satisfeitos e 19,9% responderam estar insatisfeitos com seu sorriso e gostariam de mudança. Ademais, no estudo de Ramos e Gomes¹⁰ foi possível observar que metade da amostra se encontrava satisfeita com seu sorriso: 11% consideraram-se muito satisfeitos e 39% satisfeitos. Na outra metade da amostra, 18% estavam pouco satisfeitos e 32% insatisfeitos com seu sorriso atual.

Em relação à característica dental mais atraente, no estudo de Alves *et al.*⁶, 41,6% consideraram a cor dos dentes como algo de grande importância, 28,3% responderam que a posição dos dentes é atrativa, 20% relataram achar a forma dos dentes uma característica atraente e os outros 10% afirmaram que o tamanho dos dentes é atraente no sorriso. Nessa

pesquisa, houve um empate das respostas dos entrevistados, posição e cor dos dentes, ambas com 34%.

Nesse estudo, 44% da amostra gostaria de mudar algo no seu sorriso atual e a resposta mais significativa foi “a cor dos dentes”. 34% dos entrevistados relataram que gostariam de mudar “o formato dos dentes” e, em terceiro lugar, os participantes gostariam de mudar “o tamanho dos dentes” (22%). Segundo Ramos e Gomes¹⁰ dos pacientes que desejavam alterar algo em seu sorriso, 23 (79%) também apontaram como maior insatisfação a cor dos dentes e 21 (72%) gostariam de mudar a posição dos dentes. Forma e tamanho dos dentes foram apontados por 11 (38%) pacientes e apenas 6 (21%), mudariam algo na gengiva.

Um estudo¹¹ elaborado para investigar a maneira como a mídia popular afetou a percepção e a oferta da odontologia estética na Nova Zelândia, mostrou que a taxa de resposta positiva foi de 81,2%. Os participantes da pesquisa, que eram cirurgiões-dentistas, perceberam um aumento na procura de clareamento dental (77,8%). Já no estudo de Braga *et al.*⁴, quase metade dos entrevistados consideraram que as mídias sociais digitais influenciam parcialmente a percepção do sorriso de modo geral. E, nesse estudo, mais da metade dos entrevistados (73,5%) responderam que sofrem interferência na opinião de satisfação da estética do sorriso mediante o acesso de redes sociais.

Vaz e Fernandes¹² apontaram em seus estudos que há uma correlação negativa entre os níveis de autoestima e a dependência do uso das redes sociais, em função da possibilidade de os usuários utilizarem-nas como forma de testarem o pertencimento, bem como a aprovação social, através de curtidas, por exemplo. Na figura 11, os dados apontam que 66% dos participantes são influenciados a melhorar o aspecto do seu sorriso, mediante a popularização dos procedimentos nas redes sociais, interferindo diretamente na autoestima deles, um fator que mostra como a padronização nas redes sociais interfere na autoestima e anseio por mudança.

O presente estudo apresentou como limitações o tempo de coleta de dados, que poderia ter sido mais extenso, para que houvesse uma amostra maior do que o número de pacientes obtidos. Assim como uma maior abrangência da amostra e levantamento do estudo em outras populações variadas, em relação ao sexo, faixa etária, escolaridade e renda, a fim de avaliar a influência de mídias digitais e impactos na autoaceitação em outros grupos e classes sociais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os entrevistados mostraram satisfação do sorriso atual, no entanto anseiam por alguma mudança, principalmente a cor dos dentes. As mídias sociais possuem sim, uma grande influência na percepção do sorriso e quando se fala sobre autoaceitação dos pacientes, mediante a popularização dos procedimentos, a mídia interfere negativamente, uma vez que as redes sociais trazem consigo uma padronização do que é belo. Cabe ao cirurgião-dentista preservar a individualidade de cada paciente e não repetir protocolos padrões do que é imposto pela mídia.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Razac Rizma. Impacto dos influenciadores digitais na intenção de compra de produtos e serviços nas redes sociais [Trabalho Final de Mestrado- Dissertação on the Internet]. Lisboa: Universidade de Lisboa; 2018 [acesso em 21 Mar 2023]. 18 s.
2. Digital 2023: Brazil [Internet]. DataReportal – Global Digital Insights. Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-brazil>.
3. Rosário ACA, Ribeiro MS, Gallito MA, Souza CS. Odontologia estética e as redes sociais no mundo. Revista Interface – Integrando Fonoaudiologia e Odontologia. 2020 Jul/Dez;1(2):2-8.
4. Braga MAA, Almeida IF, Borges FSQ, Feitosa HA, Costa LED, Feitosa FSQ. Avaliação da percepção de satisfação do sorriso e da influência das mídias sociais digitais na população. Research, Society and Development [Internet]. 2021 Jun 7 [acesso em 12 Mar 2023];10(6):1-12.
5. Machado MS, Linhares IC, Brum LS, Almeida MS, Werneck MB. O impacto emocional imposto pela ditadura da beleza: uma revisão narrativa. Revista Eletrônica Acervo Científico [Internet]. 2021 Ago [acesso em 4 Mai 2023] ;34:1-12.
6. Alves ALS. A influência da mídia na percepção da estética odontológica [Trabalho de Conclusão de Curso on the Internet]. Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina; 2018 [acesso em 27 Fev 2023]. 38 s. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/187285>. Odontologia.

7. Sriphadungporn C, Chamnannidiadh N. Perception of smile esthetics by laypeople of different ages. *Progress in Orthodontics* [Internet]. 2017 [acesso em 15 Abr 2023];18(8):1-8.
8. Vermelho SC, Velho APM, Bonkoyoski A, Pirola A. Refletindo sobre as redes sociais digitais. *Educ Soc (Internet)*. 2014, Jan; 35(126): 179-96.
9. Abbasi MS, Lal A, Das G, et al. Impact of Social Media on Aesthetic Dentistry: General Practitioners' Perspectives. *Healthcare (Basel)*. 2022;10(10):2055.
10. Ramos Ellen G., Gomes Cristiane. Avaliação estética do sorriso sob a perspectiva do paciente e do profissional. *Cadernos de Odontologia do UNIFESO*. 2022;4(1):17-30.
11. Theobald AH, Wong BK, Quick AN, Thomson WM. The impact of the popular media on cosmetic dentistry. *N Z Dent J*. 2006;102(3):58-63.
12. Vaz LCS, Fernandes NCPV. Redes sociais e a distorção de autoimagem- um olhar atento sobre o impacto que os influenciadores digitais provocam na autoestima das mulheres [Trabalho de Conclusão de Curso]. Goiás: Centro Superior UNA de Catalão; 2021. 16 s. Psicologia.