

“INFLUÊNCIA DAS MÍDIAS SOCIAIS NA PERCEPÇÃO DA ESTÉTICA FACIAL E OROFACIAL: ANÁLISE BIBLIOMÉTRICA DA PRODUÇÃO CIENTÍFICA”

Thássia Monize D'Ávila Santos Matos¹, ORCID: 0009-0001-6056-3142; Bianca Núbia Souza Silva, ORCID: 0000-0003-2928-1566.

¹Graduanda do Departamento de Odontologia Universidade Federal de Sergipe, Aracaju, Sergipe, Brasil;

²Professora do Departamento de Odontologia Universidade Federal de Sergipe, Aracaju, Sergipe, Brasil.

RESUMO

A percepção dos tratamentos estéticos odontológicos é fortemente influenciada pelo uso das mídias sociais. A presença de influenciadores e profissionais na saúde cada vez mais atuantes nesses ambientes digitais contribui para que resultados de procedimentos odontológicos sejam amplamente divulgados e normalizados na sociedade. O objetivo desta pesquisa é analisar a produção científica sobre a influência das mídias sociais na percepção da estética facial e orofacial por meio de uma revisão bibliométrica, identificando tendências de pesquisa e impacto científico dos estudos. Quanto a metodologia, foi realizada uma estratégia de busca utilizando as bases de dados Web of Science Core Collection (WoS-CC), com inclusão de artigos originais e revisões, sem restrição de idioma, no período de 2014 a 2026 e estruturada em três blocos conceituais. Foram incluídos estudos que investigaram a influência das redes sociais sobre a percepção estética facial e/ou odontológica. Nos resultados, há progressão quanto ao número de artigos publicados sobre o tema e os países de maiores influências são os Estados Unidos e a Arábia Saudita. Como conclusão, essa revisão pode trazer subsídios para pesquisadores e profissionais da saúde, portanto, é recomendado o incentivo a novas revisões bibliométricas, a fim de acompanhar as tendências sobre essa temática.

Palavras-chave: Estética dentária. Imagem corporal. Rede social. Sorriso estético.

Assuntos: Odontologia, Mídias Sociais, Estética.

INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas, as mídias sociais tornaram-se componentes centrais da vida cotidiana, impactando profundamente a forma como os indivíduos percebem a própria aparência em diferentes contextos culturais e sociais. Plataformas como Instagram, TikTok e Facebook são amplamente utilizadas para compartilhar imagens e vídeos relacionados à estética corporal e facial, e estudos demonstram que a exposição frequente a esses conteúdos está associada à modificação dos ideais de beleza, ao aumento da comparação social e à maior insatisfação com a imagem corporal [1-4].

No campo da Odontologia, a influência das mídias sociais também tem sido amplamente investigada. Evidências indicam que a exposição contínua a imagens de sorrisos idealizados contribui para aumentar a preocupação com a estética dentária, influenciando a procura por procedimentos como clareamento dental, facetas cerâmicas, alinhadores transparentes e outros tratamentos estéticos [5-8]. Além disso, pacientes frequentemente relatam que conteúdos visualizados em plataformas digitais influenciam suas expectativas em relação aos resultados dos tratamentos e à escolha do profissional responsável [9,10].

A atuação de influenciadores digitais e de profissionais da saúde nas mídias sociais representa outro fator relevante nesse contexto. A divulgação constante de resultados clínicos, muitas vezes associados a padrões estéticos idealizados, pode influenciar a percepção da atratividade facial e dentária, além de contribuir para a formação de expectativas nem sempre compatíveis com as possibilidades clínicas. Revisões recentes sugerem que esse fenômeno ocorre principalmente por meio de mecanismos de comparação social, internalização de padrões de beleza e exposição repetida a imagens altamente selecionadas ou editadas [3,4,11-13].

Diversos estudos também demonstram que essa influência varia conforme características individuais, como idade, sexo e frequência de utilização das mídias sociais. Jovens e adultos jovens tendem a apresentar maior vulnerabilidade aos efeitos da comparação social, refletindo em maior preocupação com a aparência facial, autoestima e interesse por procedimentos estéticos [14-17]. Na Odontologia, essas mudanças comportamentais têm sido associadas ao aumento da demanda por tratamentos cosméticos e ortodônticos, reforçando a necessidade de

compreender como as plataformas digitais influenciam a percepção da estética orofacial [5,9,18].

Diante do crescimento da literatura sobre mídias sociais, estética facial e comportamento dos pacientes, torna-se importante sintetizar a evolução científica desse campo por meio de métodos capazes de identificar padrões de publicação, tendências temáticas, colaboração entre pesquisadores e impacto científico das publicações. A análise bibliométrica constitui uma ferramenta robusta para esse propósito, permitindo mapear o desenvolvimento de determinada área do conhecimento, identificar lacunas na literatura e direcionar futuras pesquisas [19,20].

Assim, o presente estudo teve como objetivo analisar a produção científica sobre a influência das mídias sociais na percepção da estética facial e orofacial por meio de uma revisão bibliométrica, identificando tendências de pesquisa, redes de colaboração científica, principais periódicos, autores, países e temas emergentes publicados entre 2014 e 2026.

2. METODOLOGIA

2.1 Estratégia de busca

A pesquisa foi realizada em fevereiro de 2026 utilizando as bases de dados Web of Science Core Collection (WoS-CC). Essa base foi selecionada devido à sua ampla cobertura de periódicos na área odontológica, bem como à disponibilidade de dados padronizados de citação e indicadores bibliométricos, o que permitiu análises robustas e comparáveis.

Foram incluídos apenas artigos originais e revisões, sem restrição de idioma. Foi aplicada restrição temporal abrangendo o período de 2014 a 2026. A presente revisão seguiu as recomendações da Diretriz para Relatórios de Revisões Bibliométricas da Literatura Biomédica (BIBLIO) [21], assegurando transparência, reprodutibilidade e rigor metodológico na condução e no relato das análises.

Para garantir uma cobertura abrangente, a estratégia de busca foi estruturada em três blocos conceituais que contemplam: (1) mídias sociais, (2) percepção e influência comportamental e (3) estética facial e odontológica (Quadro 1). A estratégia final utilizou o operador booleano AND para combinar esses conjuntos (#1

AND #2 AND #3). Essa abordagem foi delineada para capturar a interseção entre o uso de mídias sociais e sua influência sobre a percepção estética facial e orofacial, incluindo possíveis impactos sobre expectativas, atitudes e demanda por tratamentos odontológicos estéticos.

Quadro 1- Estratégia de busca na base de dados Web of Science.

Blocos conceituais	Termos de pesquisa
#1 – Mídia social	("social media" OR Instagram OR Facebook OR TikTok)
#2 – Percepção e influência comportamental	(perception OR influence OR attitudes OR expectations OR "body image" OR "self-perception" OR impact OR effects OR motivation OR demand)
# 3 – estética facial e odontológica	("smile aesthetics" OR "dental aesthetics" OR "dental esthetics" OR "orofacial aesthetics" OR "facial aesthetics" OR "cosmetic dentistry" OR "esthetic dentistry" OR orthodontics)

Fonte: Próprio autor.

2.2 Critérios de elegibilidade

Foram incluídos estudos que investigaram a influência das mídias sociais sobre a percepção estética facial e/ou odontológica, bem como seus possíveis impactos psicossociais, comportamentais ou relacionados à demanda por procedimentos estéticos. Foram excluídos editoriais, cartas ao editor, resumos de congressos, revisões narrativas, estudos puramente técnicos sem análise de percepção estética ou influência comportamental, bem como investigações que não abordassem diretamente a relação entre mídias sociais e estética facial ou odontológica. Eventuais divergências no processo de seleção dos estudos foram resolvidas por consenso entre os revisores ou, quando necessário, por consulta a um terceiro avaliador independente.

2.3 Processo de seleção dos estudos

Dois revisores independentes previamente treinados realizaram a triagem dos registros identificados, inicialmente com base na leitura dos títulos e resumos e, posteriormente, por meio da avaliação do texto completo dos estudos potencialmente elegíveis. Para assegurar a confiabilidade do processo de seleção, a concordância interavaliadores foi mensurada por meio do coeficiente Kappa de

Cohen (K). Foi estabelecido previamente um ponto de corte de $K \geq 0,81$ para indicar concordância excelente. O valor obtido foi $K = 0,90$, demonstrando elevado nível de consistência entre os avaliadores. Conforme previsto no protocolo do estudo, quando a análise do título e resumo não foi suficiente para determinar a elegibilidade, procedeu-se à leitura do texto completo para resolução da divergência. Nos casos em que a discordância persistiu após a avaliação integral do artigo, a decisão final foi tomada por um terceiro revisor independente.

2.4 Extração de dados dos estudos selecionados

Os registros identificados nas bases de dados foram exportados para a plataforma Rayyan (Rayyan Systems Inc., Cambridge, MA, EUA) para triagem individual e exclusão de estudos não relacionados ao tema previamente estabelecido. Após a conclusão do processo de elegibilidade, os arquivos finais provenientes da Web of Science Core Collection (WoS-CC) foram exportados em formato compatível e consolidados em um único conjunto de dados para análise bibliométrica.

A análise foi conduzida por meio do pacote bibliometrix no software RStudio (versão 4.5.0). Foram extraídas as seguintes variáveis bibliométricas: título do artigo, autores, ano de publicação, periódico, fator de impacto do periódico (Journal Impact Factor – JIF, quando disponível), número total de citações, país de afiliação institucional dos autores, palavras-chave fornecidas pelos autores e Keywords Plus® (quando disponíveis na WoS).

2.5 Análise dos dados

2.5.1 Análise bibliométrica

As redes bibliométricas foram desenvolvidas utilizando o pacote bibliometrix, por meio da interface web Biblioshiny (versão 5.0), executada no software R (versão 4.5.0). O bibliometrix é um pacote de código aberto amplamente utilizado para mapeamento científico e análises bibliométricas. A interface Biblioshiny foi empregada para a análise visual das redes de colaboração internacional, coocorrência de palavras-chave, identificação de tópicos emergentes (trending topics) e construção do mapa temático.

Os dados relacionados às conexões entre palavras-chave foram agrupados para facilitar a compreensão dos resultados. Os termos organizados em clusters automaticamente definidos pelo software apresentaram tamanhos proporcionais à sua frequência de ocorrência, sendo os termos mais frequentes representados com maior destaque visual. As linhas indicaram a força das conexões entre os clusters, ilustrando suas relações temáticas. A análise de coocorrência permitiu identificar os principais eixos relacionados à influência das mídias sociais na percepção da estética facial e orofacial.

3 RESULTADOS

3.1 Caracterização geral da produção científica

A análise bibliométrica identificou 122 documentos publicados entre 2014 e 2026, distribuídos em 66 fontes de publicação. O crescimento anual médio da produção científica foi de 13%, evidenciando uma expansão contínua do interesse acadêmico pela temática ao longo do período analisado. Os documentos apresentaram idade média de 3,37 anos, com média de 11,33 citações por publicação e 1,92 citações por ano por documento.

Entre os tipos documentais, predominou o formato de artigo científico (n = 109; 89,3%), seguido por revisões de literatura (n = 11; 9,0%), um artigo publicado em anais de evento e um editorial. O conjunto documental reuniu 3.334 referências bibliográficas, demonstrando ampla fundamentação científica.

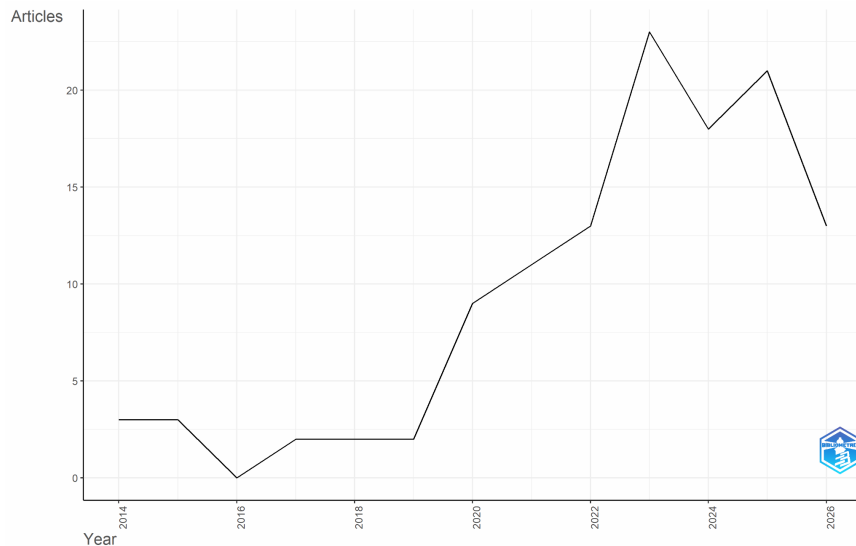
No total, participaram 532 autores, responsáveis por 591 aparições autorais. Foram identificados apenas dois estudos de autoria individual, enquanto a média de coautores por documento foi de 4,84, indicando elevado grau de colaboração científica. Além disso, 29,51% das publicações envolveram cooperação internacional entre pesquisadores de diferentes países.

3.2 Evolução temporal das publicações

A distribuição anual das publicações demonstrou crescimento progressivo da produção científica ao longo dos anos (Figura 1). Entre 2014 e 2019, o número de publicações permaneceu reduzido, variando entre dois e três artigos anuais. A partir

de 2020 observou-se aumento expressivo da produção, com destaque para os anos de 2023 ($n = 23$) e 2025 ($n = 22$), que representaram os períodos de maior produtividade científica.

Figura 1 – Produção Científica Anual.

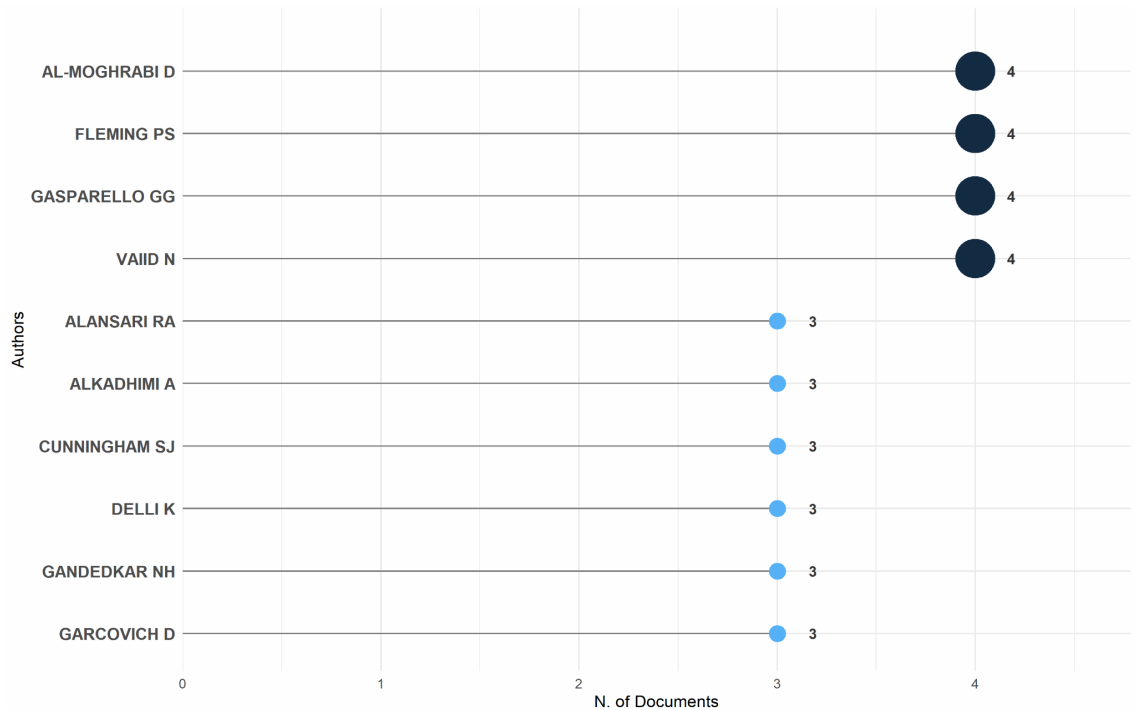


Fonte: Web of Science, 2026

3.3 Autores mais produtivos

Os autores mais produtivos foram AL-Moghrabi D., Fleming P.S., Gasparello G.G. e Vaiid N., cada um com quatro publicações. Em seguida destacaram-se Alansari R.A., Alkadhim A., Cunningham S.J., Delli K., Gandedkar N.H. e Garcovich D., todos com três artigos publicados. (Figura 2).

Figura 2 – Autores mais relevantes.



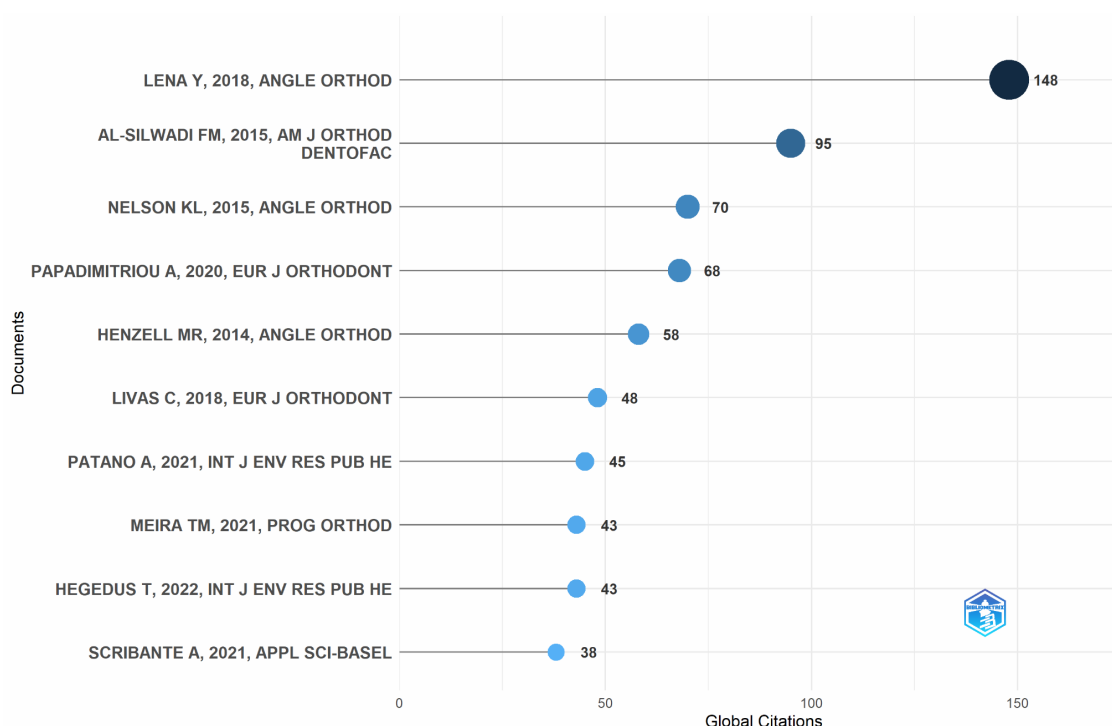
Fonte: Web of Science, 2026.

Quando considerada a produção fracionada, Delli K. e Livas C. apresentaram os maiores índices de contribuição individual (1,50), seguidos por Vaiid N. (1,05), Almazrouie W.A. (1,00) e Almotairy N. (1,00).

3.4 Artigos mais citados

Os dez artigos mais influentes concentraram elevado número de citações. O trabalho de Lena et al. (2018), publicado no periódico *Angle Orthodontist*, foi o mais citado, acumulando 148 citações e média anual de 16,44 citações. Em seguida destacaram-se os estudos de Al-Silwadi et al. (2015), com 95 citações, e Nelson et al. (2015), com 70 citações (Figura 3).

Figura 3 – Artigos mais citados globalmente.



Fonte: Web of Science, 2026

Entre os artigos mais recentes, o estudo de Papadimitriou et al. (2020) apresentou elevada repercussão, acumulando 68 citações e a maior taxa de citações normalizadas (NTC = 2,55), demonstrando impacto científico acima da média para o período de publicação.

3.5 Distribuição geográfica da produção científica

A análise dos países de afiliação dos autores correspondentes demonstrou liderança da Arábia Saudita, responsável por 22 artigos (18,3% da produção total), seguida pelos Estados Unidos (n = 10), Turquia (n = 9), Reino Unido (n = 9), Brasil (n = 8) e Índia (n = 8) (Figura 4).

Quanto à colaboração internacional, Austrália e Itália apresentaram as maiores proporções de publicações multinacionais (MCP ratio = 0,571), indicando forte integração com pesquisadores estrangeiros. O Brasil registrou oito publicações, sendo três desenvolvidas em colaboração internacional (MCP ratio = 0,375).

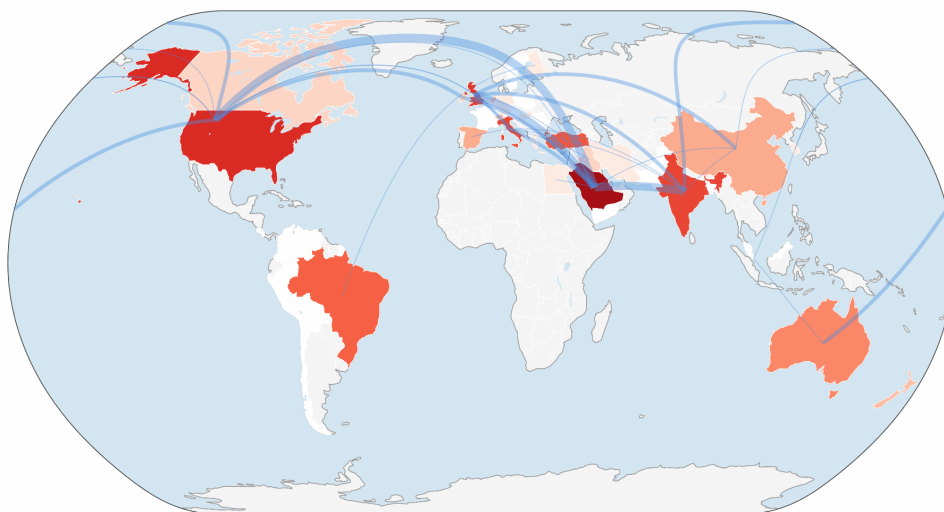
A análise da rede de colaboração internacional revelou uma ampla interação entre pesquisadores de diferentes continentes, evidenciando o caráter global das pesquisas sobre mídias sociais na Ortodontia. Observou-se que a Arábia Saudita ocupou posição central na rede, apresentando múltiplas conexões com países da Europa, América do Norte, Ásia e Oceania, o que reforça seu papel como principal polo de colaboração científica na temática.

Os Estados Unidos, Reino Unido, Índia, Austrália, Itália e Brasil também apresentaram participação relevante na rede internacional, estabelecendo conexões com diversos países. Destacam-se especialmente as colaborações entre Arábia Saudita–Estados Unidos, Arábia Saudita–Reino Unido, Arábia Saudita–Índia e Arábia Saudita–Austrália, representadas pelas ligações mais intensas da rede.

O mapa demonstra ainda a existência de um “*cluster*” internacional envolvendo países europeus, asiáticos e do Oriente Médio, indicando elevada integração científica entre essas regiões. O Brasil aparece inserido nessa rede global de colaboração, embora com menor intensidade de conexões quando comparado aos principais centros de produção científica.

Esses resultados corroboram os dados quantitativos apresentados anteriormente, nos quais aproximadamente 29,5% dos estudos foram desenvolvidos por meio de colaboração internacional.

Figura 4 – Distribuição e colaboração científica geográfica entre os países

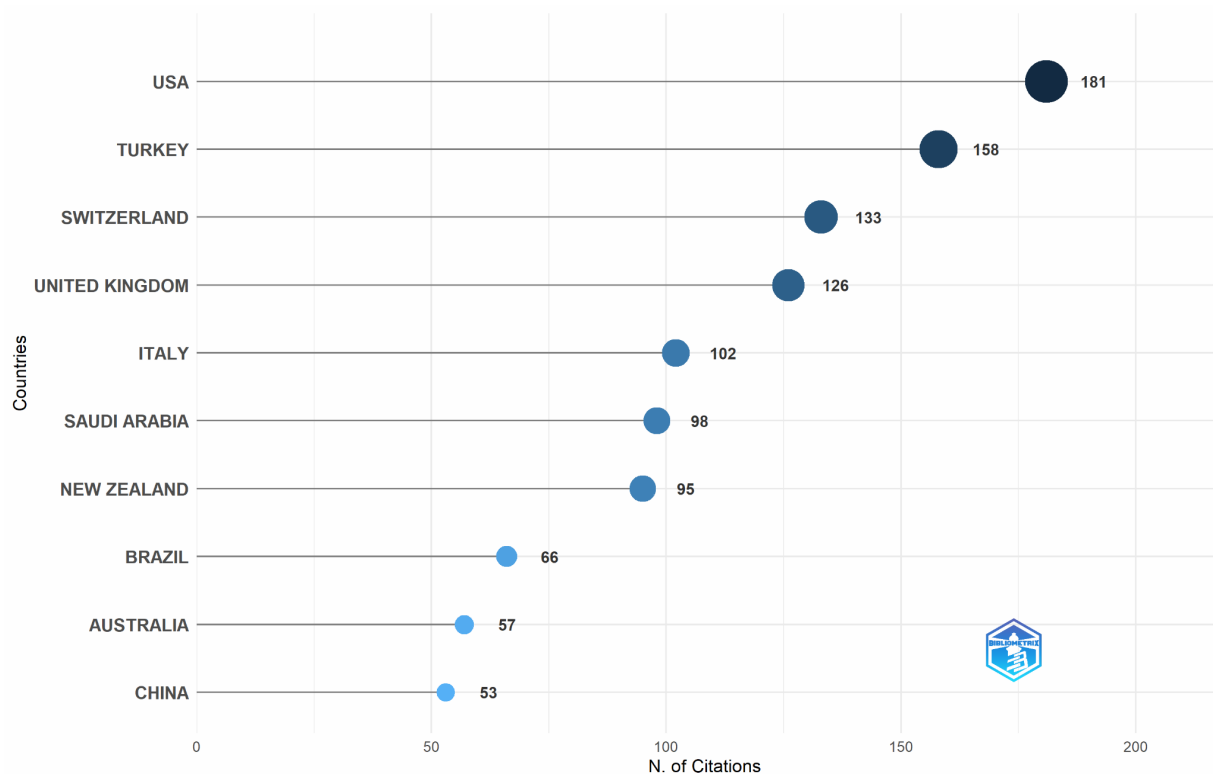


Fonte: Web of Science, 2026.

3.6 Impacto científico por país

Embora a Arábia Saudita tenha liderado em número de publicações, os Estados Unidos apresentaram o maior volume absoluto de citações (181), seguidos por Turquia (158), Suíça (133) e Reino Unido (126) (Figura 5).

Figura 5 – Países com mais citações.



Fonte: Web of Science, 2026

Ao considerar a média de citações por artigo, os maiores impactos foram observados na Nova Zelândia (47,50 citações por artigo), Suíça (44,33) e Alemanha (31,50), indicando elevada influência científica mesmo com menor volume de produção. O Brasil acumulou 66 citações, correspondendo a uma média de 8,25 citações por artigo.

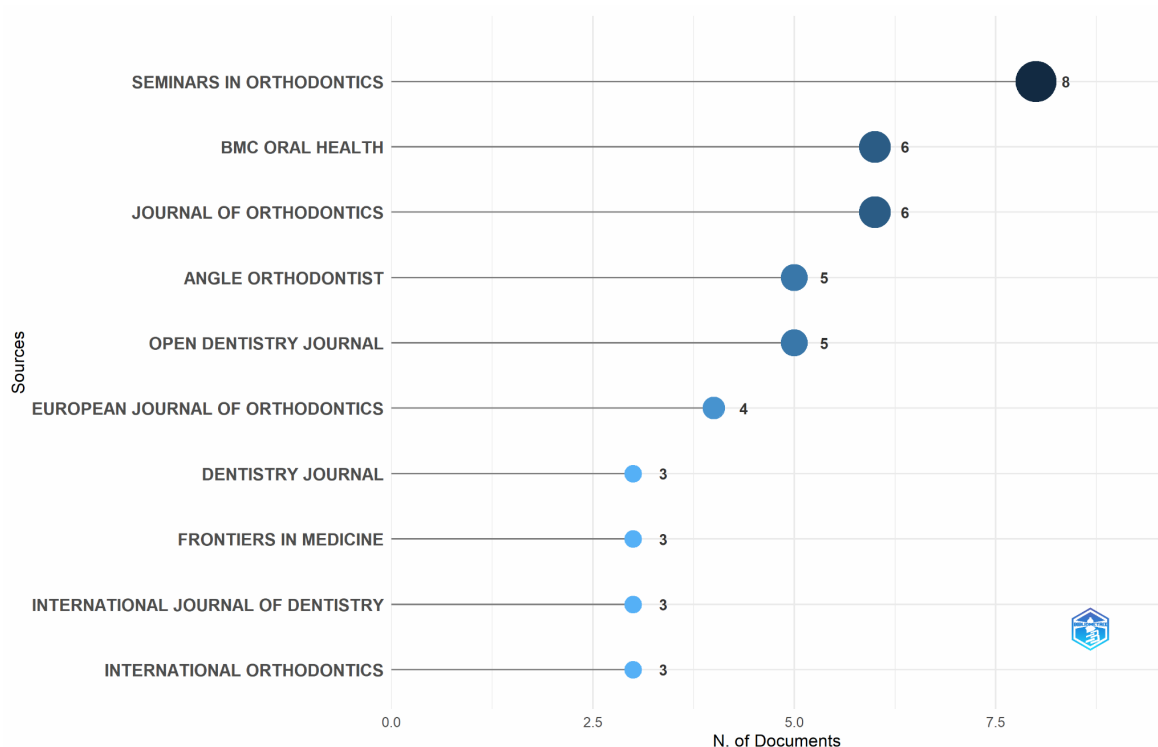
3.7 Periódicos mais relevantes

A produção científica esteve distribuída em diversos periódicos especializados. O periódico *Seminars in Orthodontics* destacou-se como a principal

fonte de publicação, com oito artigos, seguido por *BMC Oral Health* e *Journal of Orthodontics*, ambos com seis publicações (Figura 6).

Outros periódicos relevantes incluíram *Angle Orthodontist* e *Open Dentistry Journal*, com cinco artigos cada, além do *European Journal of Orthodontics*, com quatro publicações.

Figura 6 – Periódicos mais relevantes



Fonte: Web of Science, 2026.

3.8 Análise das palavras-chave

Foram identificadas 357 palavras-chave dos autores e 256 Keywords Plus. Entre as palavras-chave mais frequentes dos autores destacaram-se “Orthodontics” (n = 44), “Social Media” (n = 42), “Dental Esthetics” (n = 8), “COVID-19” (n = 7), “Dentistry” (n = 6) e “Marketing” (n = 6) (Figura 7).

Nas Keywords Plus, os termos mais recorrentes foram “Social Media” (n = 21), “Impact” (n = 15), “Information” (n = 11), “Internet” (n = 8), “Twitter” (n = 8) e “Satisfaction” (n = 7). A elevada frequência dos termos relacionados às mídias sociais, marketing digital, estética dentária e percepção dos pacientes evidencia o

crescente interesse da Ortodontia pelos impactos das plataformas digitais na comunicação profissional, divulgação científica e tomada de decisão dos pacientes.

Figura 7 – Palavras-chave mais frequentes dos autores.



Fonte: Web of Science, 2026.

3.9 Mapa Temático

A análise do mapa temático permitiu identificar a estrutura conceitual da literatura sobre mídias sociais na Ortodontia, classificando os temas de acordo com seu grau de centralidade (relevância para o campo científico) e densidade (nível de desenvolvimento interno do tema) (Figura 8).

Observou-se que os temas básicos (*Basic Themes*) foram representados principalmente pelos descritores *social media*, *orthodontics* e *Twitter*, localizados no quadrante inferior direito. Esse agrupamento apresentou elevada centralidade e baixa densidade, indicando que esses conceitos constituem a base da área de pesquisa e possuem forte conexão com os demais tópicos estudados. Da mesma forma, os termos *dentistry*, *knowledge* e *orthodontic treatment* também foram identificados como temas básicos, demonstrando que a produção científica tem se

concentrado na relação entre redes sociais, disseminação do conhecimento odontológico e tratamento ortodôntico.

No quadrante dos temas motores (*Motor Themes*) destacaram-se os termos *impact*, *malocclusion* e *dental esthetics*. Esses temas apresentaram simultaneamente elevada centralidade e densidade, caracterizando áreas bem desenvolvidas e fundamentais para a evolução do campo. Tal resultado sugere que as pesquisas têm investigado principalmente os impactos das mídias sociais sobre a percepção da estética dentária, da má oclusão e das decisões relacionadas ao tratamento ortodôntico.

Os temas de nicho (*Niche Themes*) foram representados pelos agrupamentos *altmetrics*, *citations* e *articles*, além de *aligners*, *practitioners* e *need*. Esses temas apresentaram alta densidade e baixa centralidade, indicando áreas especializadas e relativamente isoladas do núcleo principal da pesquisa. Observa-se que estudos relacionados à avaliação do impacto científico por métricas alternativas (*altmetrics*) e pesquisas envolvendo alinhadores transparentes constituem linhas específicas de investigação dentro do campo.

No quadrante dos temas emergentes ou em declínio (*Emerging or Declining Themes*) foram identificados os termos *satisfaction*, *clear aligners* e *aesthetics*. Esses temas apresentaram baixa densidade e baixa centralidade, sugerindo que podem representar áreas recentemente incorporadas à literatura ou tópicos cuja relevância científica ainda está em processo de consolidação.

Além disso, o agrupamento composto por *perception*, *dental aesthetics* e *cosmetic dentistry* localizou-se próximo ao centro do mapa, indicando um tema transversal que estabelece conexões entre diferentes áreas da pesquisa, especialmente aquelas relacionadas à influência das mídias sociais sobre as expectativas estéticas dos pacientes.

Figura 8 – Mapa temático sobre a estrutura conceitual da literatura sobre mídias sociais



Fonte: Web of Science, 2026.

4. DISCUSSÃO

Os resultados desta revisão bibliométrica evidenciam que a influência das mídias sociais na percepção da estética facial e orofacial constitui um campo científico em expansão, especialmente a partir de 2020. O crescimento anual médio de 13% observado no presente estudo indica aumento progressivo do interesse acadêmico pela temática, acompanhando a consolidação das plataformas digitais como espaços de comunicação em saúde, divulgação de tratamentos, construção de padrões estéticos e formação de expectativas dos pacientes. Esse achado é

coerente com o cenário contemporâneo da Odontologia, no qual as mídias sociais passaram a exercer papel relevante não apenas na comunicação profissional, mas também na forma como indivíduos interpretam sua própria aparência facial, dentária e do sorriso [4,5,18].

A intensificação das publicações após 2020 pode estar relacionada ao aumento do uso de ferramentas digitais durante e após a pandemia da COVID-19. Nesse período, as redes sociais foram amplamente utilizadas para o compartilhamento de informações em saúde, aproximação entre profissionais e pacientes e manutenção da visibilidade profissional em um contexto de restrição dos atendimentos presenciais. Merchant e Lurie destacam que a pandemia acelerou o uso das mídias sociais como ferramenta estratégica de comunicação em saúde [22], enquanto estudos recentes na Ortodontia demonstram que essas plataformas passaram a influenciar práticas de marketing, educação do paciente e tomada de decisão clínica [23].

A predominância de artigos originais entre os documentos analisados sugere que o campo ainda se encontra em processo de consolidação, com forte produção de evidências primárias. Esse comportamento é característico de áreas emergentes, nas quais os estudos iniciais tendem a explorar associações, percepções, padrões de uso e impactos comportamentais antes da formação de sínteses metodologicamente mais robustas, como revisões sistemáticas e metanálises. A análise bibliométrica permite justamente identificar esse estágio de desenvolvimento científico, ao revelar a evolução temporal, os principais atores, os temas estruturantes e as lacunas de conhecimento de uma área [21].

No contexto específico da estética facial e orofacial, esse crescimento científico reflete a mudança do papel das mídias sociais na sociedade contemporânea. As plataformas digitais deixaram de funcionar apenas como meios de entretenimento ou interação social e passaram a atuar como ambientes de exposição estética contínua, nos quais imagens de rostos, sorrisos e resultados de tratamentos são amplamente compartilhadas, comparadas e, muitas vezes, idealizadas. Esse fenômeno dialoga com a teoria da comparação social, segundo a qual os indivíduos avaliam sua própria aparência a partir da comparação com referenciais externos. Em ambientes digitais altamente visuais, essa comparação

pode ser intensificada pela exposição frequente a imagens editadas, filtros faciais, influenciadores digitais e conteúdos publicitários relacionados à estética [3,4,13,15].

Assim, o aumento da produção científica identificado nesta revisão bibliométrica não deve ser interpretado apenas como reflexo do crescimento das mídias sociais, mas como resposta da comunidade acadêmica a um fenômeno clínico e psicossocial mais amplo. A percepção estética do sorriso, da face e da aparência dentofacial passou a ser influenciada por referências difundidas no ambiente digital, capazes de modificar a autoestima, a satisfação com a aparência e a demanda por procedimentos estéticos. Esse aspecto é particularmente relevante para a Odontologia, uma vez que tratamentos como clareamento dental, facetas, alinhadores transparentes e procedimentos ortodônticos são frequentemente divulgados nas redes sociais com forte apelo visual [5,7,19,20].

Outro achado importante foi o elevado grau de colaboração científica, evidenciado pela média de 4,84 autores por documento e pela presença de colaboração internacional em aproximadamente 29,5% das publicações. Esse padrão sugere que o tema possui natureza multidisciplinar e global, envolvendo pesquisadores das áreas de Ortodontia, estética dentária, comunicação em saúde, comportamento do paciente e marketing digital. A colaboração entre diferentes países e instituições favorece a troca de conhecimentos, amplia a diversidade metodológica e aumenta a visibilidade internacional das pesquisas, contribuindo para o fortalecimento do campo científico [21,24]. Dessa forma, a rede colaborativa observada neste estudo reforça a relevância mundial da temática e demonstra que a influência das mídias sociais sobre a estética orofacial representa um fenômeno de interesse global.

A distribuição geográfica da produção científica revelou um cenário interessante, no qual a Arábia Saudita liderou em número de publicações, enquanto os Estados Unidos apresentaram o maior impacto científico em número de citações. Esse resultado demonstra que produtividade e impacto científico representam indicadores complementares da atividade acadêmica. Enquanto o número de publicações reflete a capacidade de produção científica, o número de citações está relacionado à visibilidade internacional, à qualidade metodológica e ao alcance das pesquisas desenvolvidas [21,25].

O protagonismo da Arábia Saudita provavelmente reflete o crescimento recente da produção científica do país na área da saúde e sua maior inserção em redes internacionais de pesquisa. Entretanto, a liderança dos Estados Unidos em número de citações evidencia a permanência de centros científicos tradicionais como principais difusores do conhecimento na área, resultado frequentemente observado em análises bibliométricas internacionais [24].

O Reino Unido também apresentou participação expressiva tanto em produtividade quanto em impacto científico, resultado compatível com sua tradição na pesquisa ortodôntica e em estudos relacionados à percepção estética e ao comportamento dos pacientes [5]. Diversos dos autores mais produtivos identificados nesta revisão estão vinculados a instituições britânicas, responsáveis por importantes investigações sobre estética do sorriso e influência das mídias sociais na Odontologia

O Brasil destacou-se entre os países com maior número de publicações, evidenciando sua relevância na pesquisa odontológica internacional. Nas últimas décadas, a expansão dos programas de pós-graduação, o fortalecimento dos grupos de pesquisa e o aumento da cooperação científica contribuíram para consolidar o país entre os principais produtores de conhecimento em Odontologia. Apesar desse desempenho quantitativo, o impacto médio das publicações brasileiras mostrou-se inferior ao observado em países como Estados Unidos, Suíça e Nova Zelândia. Essa diferença pode estar relacionada à menor inserção em redes internacionais de colaboração e à publicação em periódicos com menor visibilidade internacional, fatores reconhecidamente associados ao impacto das publicações científicas [24,25].

A análise da rede de colaboração internacional reforça a importância das parcerias entre instituições de diferentes países. Aproximadamente um terço das publicações identificadas envolveu cooperação internacional, refletindo uma tendência amplamente observada na ciência contemporânea. A internacionalização favorece o intercâmbio de conhecimentos, amplia a diversidade metodológica e fortalece a qualidade das evidências produzidas, contribuindo para maior visibilidade e impacto científico [21,24].

A posição central ocupada pela Arábia Saudita na rede de colaboração demonstra que sua elevada produtividade está associada não apenas ao aumento da produção científica, mas também à capacidade de estabelecer parcerias com importantes centros internacionais de pesquisa. As conexões observadas com Estados Unidos, Reino Unido, Austrália e Índia evidenciam que os estudos sobre mídias sociais e estética orofacial vêm sendo desenvolvidos por meio de redes colaborativas multicêntricas, característica típica de áreas científicas em expansão [24].

Embora a participação brasileira na rede tenha sido menos intensa, os resultados indicam um cenário promissor para o fortalecimento da pesquisa nacional. A ampliação das colaborações internacionais poderá favorecer a realização de estudos multicêntricos, aumentar a visibilidade das pesquisas e ampliar seu impacto científico. Considerando que a influência das mídias sociais sobre a percepção da estética facial envolve aspectos culturais, sociais e comportamentais, investigações conduzidas em diferentes contextos geográficos são fundamentais para compreender esse fenômeno de forma mais abrangente [21,24].

A análise dos artigos mais citados demonstrou que as publicações de maior impacto concentram-se, principalmente, em investigações sobre a influência das mídias sociais na percepção estética, na qualidade das informações disponibilizadas nas plataformas digitais e na tomada de decisão dos pacientes em relação aos tratamentos ortodônticos e estéticos. Esse padrão sugere que o interesse científico evoluiu da simples descrição do uso das redes sociais para a compreensão de seus efeitos sobre o comportamento, as expectativas e as escolhas terapêuticas dos indivíduos, acompanhando a crescente digitalização da comunicação em saúde [5,20].

A concentração das publicações em periódicos especializados, como *Seminars in Orthodontics*, *Journal of Orthodontics*, *Angle Orthodontist* e *European Journal of Orthodontics*, demonstra que essa temática vem sendo incorporada de forma consistente à agenda científica da Ortodontia. Embora as mídias sociais constituam um fenômeno transversal, sua interface com a Odontologia tem recebido maior atenção nas especialidades em que a estética exerce papel determinante na

procura por tratamento, especialmente na Ortodontia e na Odontologia Estética [5,19].

A análise das palavras-chave reforça essa tendência ao identificar os termos *social media*, *orthodontics* e *dental esthetics* entre os descritores mais frequentes. A elevada ocorrência desses termos evidencia que as pesquisas estão direcionadas para compreender como as plataformas digitais influenciam a percepção do sorriso, as expectativas estéticas e a relação entre pacientes e profissionais. Esse comportamento está alinhado às evidências de que conteúdos relacionados à estética facial e dentária figuram entre os mais compartilhados e visualizados nas redes sociais, influenciando a percepção de normalidade e atratividade dos indivíduos [5,13].

A interpretação do mapa temático amplia essa compreensão ao demonstrar que os descritores *social media* e *orthodontics* configuram temas básicos da área, caracterizados por elevada centralidade e ampla conexão com os demais tópicos investigados. Esse resultado indica que esses descritores constituem o eixo estruturante das pesquisas atuais, servindo como base para o desenvolvimento de estudos que exploram diferentes dimensões da influência das mídias sociais sobre a Odontologia. Em contrapartida, a presença de *impact*, *malocclusion* e *dental esthetics* como temas motores evidencia que a literatura tem direcionado seus esforços para compreender não apenas a utilização das plataformas digitais, mas, principalmente, seus efeitos sobre a percepção estética e a tomada de decisão clínica [5,19].

Outro aspecto relevante foi a identificação de *clear aligners*, *aesthetics* e *satisfaction* como temas emergentes. A crescente popularização dos alinhadores transparentes, amplamente divulgados em plataformas digitais, provavelmente contribuiu para esse movimento. A ampla divulgação de resultados estéticos e a intensificação do marketing digital favoreceram maior interesse científico em compreender como esses conteúdos influenciam as expectativas, a satisfação e a demanda por tratamentos ortodônticos [5,19].

Os achados desta revisão possuem implicações importantes para a prática odontológica. A crescente influência das mídias sociais sobre a percepção da

estética facial e orofacial reforça a necessidade de que cirurgiões-dentistas compreendam o impacto dessas plataformas na formação das expectativas dos pacientes. Atualmente, a decisão pela realização de tratamentos estéticos é frequentemente precedida pela busca de informações em ambientes digitais, nos quais conteúdos produzidos por influenciadores, empresas e profissionais podem influenciar a percepção de necessidade de tratamento, a escolha do profissional e a expectativa quanto aos resultados clínicos [5,20]. Nesse contexto, torna-se fundamental que os profissionais utilizem as mídias sociais de forma ética, baseada em evidências científicas e em conformidade com as normas estabelecidas pelos conselhos profissionais.

Além da prática clínica, os resultados evidenciam oportunidades para o desenvolvimento de pesquisas futuras. A identificação de temas emergentes, como alinhadores transparentes e satisfação dos pacientes, demonstra que a interface entre mídias sociais e Odontologia continua em expansão. Estudos futuros poderão explorar a influência de algoritmos de recomendação, da inteligência artificial na produção de conteúdo digital e das novas plataformas de comunicação sobre a percepção estética, bem como avaliar a qualidade das informações compartilhadas e seus possíveis efeitos sobre o comportamento dos pacientes e a tomada de decisão clínica [5,21].

Algumas limitações devem ser consideradas na interpretação dos resultados. A utilização exclusiva da Web of Science Core Collection pode ter restringido a recuperação de estudos indexados apenas em outras bases de dados, como Scopus, Embase e Dimensions. Além disso, indicadores bibliométricos, como o número de citações, são influenciados pelo tempo de publicação, favorecendo artigos mais antigos em relação às publicações recentes. Por outro lado, a adoção de uma estratégia de busca estruturada, a utilização de critérios rigorosos de elegibilidade, o elevado coeficiente de concordância entre os revisores ($K = 0,90$) e o emprego do pacote Bibliometrix/Biblioshiny, amplamente validado para análises bibliométricas, conferem robustez metodológica aos resultados obtidos [21,26].

De forma geral, esta revisão demonstra que a influência das mídias sociais sobre a percepção da estética facial e orofacial constitui uma área científica em plena consolidação, caracterizada por crescimento contínuo da produção,

fortalecimento das redes internacionais de colaboração e diversificação dos temas investigados. A evolução observada ao longo da última década evidencia que as plataformas digitais passaram a exercer papel relevante na construção de padrões estéticos, na comunicação em saúde e na relação entre pacientes e profissionais, consolidando-se como um importante campo de investigação para a Odontologia contemporânea.

5. CONCLUSÃO

A influência das mídias sociais na percepção da estética facial e orofacial representa um tema emergente e de crescente relevância científica, especialmente diante da expansão das plataformas digitais e da valorização contemporânea da imagem. A presente revisão bibliométrica analisou a evolução da produção científica sobre essa temática, identificando padrões de publicação, redes de colaboração, principais tendências de pesquisa e o impacto acadêmico e digital dos estudos publicados entre 2005 e 2026.

Espera-se que os resultados contribuam para uma compreensão mais ampla de como as mídias sociais têm sido investigadas como potenciais moduladoras da percepção estética facial e odontológica, além de evidenciar lacunas de conhecimento e oportunidades para futuras pesquisas. Adicionalmente, a incorporação da análise altimétrica permitirá avaliar a repercussão social e digital das publicações, complementando os indicadores bibliométricos tradicionais. Dessa forma, este estudo poderá fornecer subsídios relevantes para pesquisadores e profissionais da área da saúde, especialmente da odontologia, ao contextualizar o impacto das mídias sociais na construção de padrões estéticos e nas demandas contemporâneas por tratamentos estéticos faciais e odontológicos.

REFERÊNCIAS

1. Fardouly J, Diedrichs PC, Vartanian LR, Halliwell E. Social comparisons on social media: the impact of Facebook on young women's body image concerns and mood. *Body Image*. 2015;13:38-45.
2. Tiggemann M, Slater A. NetGirls: the Internet, Facebook, and body image concern in adolescent girls. *Int J Eat Disord*. 2013;46(6):630-633.
3. Holland G, Tiggemann M. A systematic review of the impact of the use of social networking sites on body image and disordered eating outcomes. *Body Image*. 2016;17:100-110.
4. Perloff RM. Social media effects on young women's body image concerns: theoretical perspectives and an agenda for research. *Sex Roles*. 2014;71(11-12):363-377.
5. Al-Moghrabi D, et al. Influence of social media on the perception of smile aesthetics among young adults. *J Esthet Restor Dent*. 2021;33(5):763-770.
6. Jorgensen G, et al. Social media and its influence on aesthetic dental treatment awareness. *Eur J Dent*. 2020;14(3):431-437.
7. Chen J, et al. Social media exposure and its influence on patients' aesthetic dental treatment decisions. *Int J Dent*. 2022;2022:1-8.
8. Singh P, Gilmour A. Social media and cosmetic dentistry: patient perceptions and professional challenges. *Dent Update*. 2021;48(3):220-226.
9. Alkhatib A, Aljohani M. Impact of social media on patients' perceptions of dentofacial aesthetics and demand for cosmetic dental treatment. *BMC Oral Health*. 2022;22:1-9.
10. Liu Y, et al. The relationship between social media use, self-perception of dental aesthetics and treatment demand. *J Oral Rehabil*. 2021;48(9):1034-1041.
11. Marengo D, et al. Influencers and body image: the mediating role of internalization of beauty ideals. *J Soc Clin Psychol*. 2021;40(7):556-580.
12. Vandebosch L, et al. Social media influencers and appearance ideals: the role of social comparison. *Media Psychol*. 2020;23(1):1-25.
13. Casale S, Fioravanti G. Social media use and body image concerns: current research and future directions. *Curr Opin Psychol*. 2020;36:1-5.
14. Meier EP, Gray J. Facebook photo activity associated with body image disturbance in adolescent girls. *Cyberpsychol Behav Soc Netw*. 2014;17(4):199-206.
15. Fardouly J, et al. The impact of appearance comparisons made through social media, traditional media, and in person in women's everyday lives. *Body Image*. 2017;20:31-39.
16. Rodgers RF, Slater A, Gordon CS, McLean SA, Jarman HK, Paxton SJ. A biopsychosocial model of social media use and body image concerns, disordered

eating, and muscle-building behaviors among adolescent girls and boys. *J Youth Adolesc.* 2020;49(2):399-409.

17. Swami V, et al. The influence of facial appearance comparison on body dissatisfaction. *Body Image.* 2016;19:69-76.

18. Donthu N, Kumar S, Mukherjee D, Pandey N, Lim WM. How to conduct a bibliometric analysis: an overview and guidelines. *J Bus Res.* 2021;133:285-296.

19. Zhang J, et al. Bibliometric analysis of research trends on body image and media influence. *Scientometrics.* 2020;124(2):1345-1367.

20. Montazeri A, Mohammadi S, Hesari PM, Ghaemi M, Riazi H, Sheikhi-Mobarakeh Z. Preliminary guideline for reporting bibliometric reviews of the biomedical literature (BIBLIO): a minimum requirements. *Syst Rev.* 2023;12:239.

21. Montazeri A, Mohammadi S, Hesari PM, Ghaemi M, Riazi H, Sheikhi-Mobarakeh Z. Preliminary guideline for reporting bibliometric reviews of the biomedical literature (BIBLIO): a minimum requirements. *Syst Rev.* 2023;12:239. doi:10.1186/s13643-023-02410-2.

22. Merchant RM, Lurie N. Social media and emergency preparedness in response to novel coronavirus. *JAMA.* 2020;323(20):2011-2012. doi:10.1001/jama.2020.4469.

23. Değirmencioğlu E, Kılıçoğlu H. Evaluating the impact of social media marketing from the perspective of orthodontists. *BMC Oral Health.* 2024;24(1):779. doi:10.1186/s12903-024-04558-2.

24. Wagner CS, Whetsell TA, Mukherjee S. *International research collaboration: novelty, conventionality, and atypicality in knowledge recombination.* *Res Policy.* 2019;48(5):1260-1270. doi:10.1016/j.respol.2019.01.002.

25. Waltman L. A review of the literature on citation impact indicators. *J Informetr.* 2016;10(2):365-391. doi:10.1016/j.joi.2016.02.007.

26. Montazeri A, Mohammadi S, Hesari PM, Ghaemi M, Riazi H, Sheikhi-Mobarakeh Z. *Preliminary guideline for reporting bibliometric reviews of the biomedical literature (BIBLIO): a minimum requirements.* *Syst Rev.* 2023;12:239. doi:10.1186/s13643-023-02410-2.