



Mariela Andrea Castro Solís

Mayleen Gabriela Flores Esquivel

Andrei Jiménez Chavarría

Adriana Fabiola Paniagua Bonilla

María Fernanda Porras Hernández

Leanne Marie Sinaí Balderamos

Influencia de *Instagram* en la prevención de la periodontitis

San José, Costa Rica

Licenciatura en Odontología

Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología

2022

Influencia de *Instagram* en la prevención de la periodontitis

Mariela Andrea Castro Solís, Mayleen Gabriela Flores Esquivel, Andrei Jiménez Chavarría,
Adriana Fabiola Paniagua Bonilla, María Fernanda Porras Hernández, Leanne Marie Sinaí
Balderamos

Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología, San José, Costa Rica;

mflorese165@ulacit.ed.cr, ajimenezc911@ulacit.ed.cr, mcastros648@ulacit.ed.cr,
apaniaguab124@ulacit.ed.cr, mporrash004@ulacit.ed.cr, lsinaib433@ulacit.ed.cr

Resumen

Introducción y objetivo: Las redes sociales son muy útiles como medio informativo en muchas categorías como la salud bucal. El presente trabajo tiene como objetivo determinar la veracidad de la información que existe en la red social *Instagram* sobre la enfermedad periodontal.

Métodos: Se realizó una búsqueda exhaustiva de publicaciones de *Instagram* tanto de imágenes como de “*reels*” para estudiar y analizar el tipo de información sobre periodontitis como etiología, factores de riesgo, prevención y tratamiento que contienen. Se evaluaron 68 publicaciones de *Instagram* utilizando una nueva cuenta de *Instagram*.

Resultados: Las características más predominantes de las publicaciones fueron las visitas a la publicación que oscilaron entre 0 - 28220 y la cantidad de publicaciones que contenían imágenes que fue del 79,4%. Otra característica relevante fueron los *likes* que promediaron 151 por publicación. Con respecto a los aspectos de JAMA, al hacer una comparación según el tipo de creador de contenido, no se observó una diferencia significativa en ninguno de los componentes de JAMA. El 40,6% de los creadores fueron especialistas. En cada puesto se evaluaron las categorías y subcategorías de periodontitis. El 55,6% de las publicaciones contenían información sobre la etiología. Dentro de la etiología, el biofilm fue el más presente en la mayoría de los *posts* con un 31,7%. La prevención (46%) fue la segunda categoría más frecuente encontrada en las publicaciones. La subcategoría de prevención tuvo un porcentaje de 38,1%. Se evaluó que muchas de las publicaciones no fueron de mucha utilidad en el estudio. Las características de las publicaciones, como me gusta, visitas y comentarios, no influyeron en la utilidad de las publicaciones.

Conclusión: *Instagram* puede ser una herramienta muy útil para recopilar y distribuir información sobre diversos temas, pero es muy importante tener en cuenta que no toda la información publicada es precisa.

Palabras clave: *Instagram*, periodontitis, red social, factores de riesgo, higiene oral.

Abstract

Introduction and objective: Social networks are very useful as an informative medium in many categories such as oral health. The objective of this work is to determine the veracity of the information that exists on the Instagram social network about periodontal disease.

Methods: An exhaustive search of Instagram posts of both images and "reels" was carried out to study and analyze the type of information on periodontitis such as etiology, risk factors, prevention, and treatment they contain. 68 Instagram posts were evaluated using a new Instagram account.

Results: The most predominant characteristics of the posts were the visits to the post that ranged from 0 - 28220 and the amount of posts that contained images which were 79,4%. Another relevant characteristic was the *likes* that averaged 151 per post. With regards to the aspects of JAMA, when making a comparison according to the type of content creator, no significant difference was observed in any of the JAMA components. 40,6% of the creators were specialists. The categories and subcategories of periodontitis were evaluated in each post. 55,6% of the posts contained information about the etiology. Within the etiology, biofilm was the most present in the majority of the posts with 31,7%. Prevention (46%) was the second most prevalent category found in the posts. The subcategory of prevention had a percentage of 38,1%. It was evaluated that many of the posts were not very useful in the study. The characteristics of the posts such as *likes*, visits and comments did not influence the utility of the posts.

Conclusion: Instagram can be a very useful tool for collecting and distributing information on various topics, but it's very important to note that not all information posted is accurate.

Keywords: Instagram, periodontitis, social network, risk factors, oral hygiene.

Introducción

Las redes sociales se han convertido en el día a día de las personas, utilizándose ya sea como un medio de ocio o como un informativo en las que pueden encontrar consejos de la categoría que necesiten como gastronomía, deporte, psicología y muchos otros temas más, en este caso la categoría en que el trabajo se va a centrar es la salud oral, específicamente la periodontal. Esta enfermedad es causada por un conjunto de bacterias que producen placa bacteriana, que genera inflamación de las encías y en consecuencia sangrado y pérdida ósea. Sin embargo, existen factores predisponentes del huésped para la aparición de esta, por lo que conocer su etiología es una parte fundamental en el presente trabajo (García, M., et al., 2021).

Pardo F, Hernández L (2017) mencionan en su artículo que algunos estudios de la epidemiología de la enfermedad periodontal en Latinoamérica resaltan los siguientes aspectos: la escasez de abordajes poblacionales realizados con metodología adecuada que evalúen la distribución y factores de riesgo de la enfermedad periodontal; presencia de correcciones estadísticas que han permitido subestimar factores como el nivel socioeconómico; y que la información actual disponible está presentada de forma limitada y fragmentada, entre otros. Si no se toma en cuenta todo lo anterior, se podría identificar lo que se conoce como un problema de falta de información hacia la población.

En el artículo de Pardo F, Hernández L (2017) menciona que la enfermedad periodontal, tiene como factor etiológico primario una biopelícula de origen bacteriano altamente organizada en un nicho ecológico favorable para su crecimiento y desarrollo; la cual con el curso de unos factores adicionales de origen local y sistémico ocasionan la contaminación y destrucción de los tejidos de soporte del diente (epitelios, tejido conectivo, ligamento periodontal, hueso alveolar, cemento radicular).

El control de la placa es un factor muy importante a tomar en cuenta a la hora de diagnosticar la enfermedad periodontal y para esto es importante instruir sobre el uso de ayudantes en la higiene oral como lo son el cepillo dental, la pasta dental, el hilo dental y el enjuague bucal los cuales son de suma importancia. El implementar todos estos productos en la higiene oral le puede garantizar a los pacientes el control de la placa y por consiguiente la prevención de la periodontitis. Uno de los factores a tomar en cuenta es el adecuado uso de estos productos y la importancia que tiene en enseñarle a los pacientes a implementarlos adecuadamente. La combinación de estos ayudantes, su forma correcta de utilizarlos, así como la educación por parte de los profesionales en salud oral, garantiza la prevención de la periodontitis (Mazhari, F., et al., 2018).

Las redes sociales en especial *Instagram*; se han convertido en una herramienta importante en odontología tanto para pacientes como para odontólogos, ya que esta red social permite transmitir la información de una forma entretenida e informativa (Sivrikaya, E. C., et.al., 2021). El objetivo de este estudio es determinar la veracidad de la información que existe en la red social *Instagram* que hay sobre la enfermedad periodontal.

En la actualidad, analizar y relacionar la enfermedad periodontal con las redes sociales puede ser de gran ayuda a los usuarios. Esto ayudará a incentivar a las personas a conocer más sobre este padecimiento, los daños que puede ocasionar a corto y largo plazo, a mantenerlos alerta e incluso a que reconozcan cuando hay un problema con el fin de mejorar la salud. Sin embargo, es de suma importancia evaluar las publicaciones que se van a exponer en la red social con respecto al tema de la periodontitis con el fin de no causar confusión o desinformar a los usuarios pues es bien sabido que en la *web* no todo es confiable en su totalidad. El objetivo de este estudio es determinar la veracidad de la información que existe en la red social *Instagram* sobre la enfermedad periodontal.

Metodología

2.1 Recopilación de datos

La recopilación de este artículo se realizará mediante el reconocimiento y estudio de posteos en “*Instagram*” y “*reels*” se pretende analizar la información que contienen los “*posts*” relacionados a la enfermedad periodontal. Se va a utilizar una cuenta nueva para realizar la búsqueda de cuentas en *Instagram*. Las búsquedas se realizarán dos días a la semana lunes y viernes, se vieron al menos 30 publicaciones por día mediante la búsqueda de *hashtags* como periodontitis, salud periodontal, enfermedad periodontal. Se colocarán los posteos encontrados en una lista de Excel. Se removerán los duplicados que salen en la búsqueda.

2.2 Criterios de selección

Se incluyeron:

1. Publicaciones y *reels* que tengan una explicación sobre la enfermedad periodontal con idioma en español para ser parte del estudio.
2. Publicaciones y reels a partir del 2020.
3. Se incluirán las publicaciones tanto de estudiantes y profesionales en odontología como de personas en general que utilicen la red social de *Instagram*.
4. Si la publicación contiene por lo menos uno de los siguientes *hashtags* de periodontitis, salud periodontal, enfermedad periodontal, serán utilizados en el estudio.

Se excluyeron:

1. Publicaciones y reels que no muestren texto o que solo contengan *emojis* y *hashtags*.

2.3 Variables del estudio

En el presente estudio se analizarán las siguientes 4 variables: características del creador, características del posteo, utilidad y análisis de JAMA. Los creadores de los posteos y reels que se encuentran en *Instagram* sobre la periodontitis pueden ser de profesionales, estudiantes o personas generales como influencers para ampliar la cantidad de publicaciones y para

garantizar que se encuentre la mayor cantidad de información. Para cada creador de contenido, se tendrá en cuenta el país desde el que está publicando. También se evaluará el sexo de cada creador y el número de seguidores de los mismos en sus cuentas de *Instagram*.

Con respecto a las características generales de los posteos que se van a analizar durante la búsqueda, en el caso de los *reels*, se extraerá la duración del *reel*, y la cantidad de comentarios. Con relación a los posteos normales, se extraerá si llevan vídeos o solo fotos, si es un carrusel de varias fotos, la cantidad de me gusta y cantidad de comentarios.

Referente a la utilidad del contenido con respecto a la enfermedad periodontal y durante la búsqueda se revisaron publicaciones y carretes de *Instagram* que incluían información basada en cuatro categorías: etiología y definición, factores de riesgo, prevención, tratamiento y una combinación de cada uno. Las publicaciones que incluyen etiología y definición deben mencionar el biofilm como etiología y que la periodontitis es una enfermedad multifactorial que afecta el tejido de soporte que rodea los dientes. Cuando se mencionan los factores de riesgo, debe incluir el fumado y la diabetes. Cuando se menciona la prevención en las publicaciones, debe incluir una buena higiene bucal, técnicas y aditamentos de higiene oral. Las publicaciones sobre el tratamiento de la periodontitis deben incluir la instrumentación subgingival y supragingival de la raíz y las intervenciones quirúrgicas. Cada publicación obtendrá un puntaje de 0, 1 o 2 según la utilidad de la información. Se realiza un sumatorio de cada categoría evaluada y se dividió en 3 categorías: poco útil (0-3), moderadamente útil (4-6) y útil (7-9).

La búsqueda será analizada utilizando el análisis de JAMA. Se evalúa que el autor, los contribuidores y las credenciales estén presentes o ausentes. Las referencias bibliográficas, las fuentes de contenido y los derechos de autor deben estar incluidos. Se evalúa la presencia del propietario de las páginas *web*, patrocinios, acuerdos de financiación comercial, así como páginas de otros sitios. Por último, se revisan si están presentes las fechas de la publicación de los contenidos y cualquier actualización de la misma. Si los posteos cuentan con una característica presente durante el análisis de JAMA, se considera que el posteo es de alta calidad (Silberg WM., et al., 1997).

2.4 Análisis estadístico

Los datos se registraron en una hoja de cálculo de Excel (Microsoft, Inc., Redmond, WA, EE. UU.). Se ingresaron y se corrigieron las inconsistencias. Los datos se analizaron mediante el programa SPSS versión 25,0 (IBM, New York, USA). Se realizó estadística descriptiva estableciendo la frecuencia absoluta y relativa, así como medidas de tendencia central y variabilidad, según la naturaleza de las variables. La prueba de Kolmogorov-Smirnov fue utilizada en la evaluación de la conformidad de los datos para la distribución normal. Las variables se analizaron mediante las pruebas de Prueba U de Mann-Whitney, la Prueba de Kruskal-Wallis y la de Chi Cuadrado. Se consideró significativo un valor de $p < 0,05$, IC 95%.

Resultados

Se analizaron un total de 68 publicaciones en *Instagram*, en donde se incluyeron 63 (92,6%) de esas publicaciones y se excluyeron 5 (7,4%), ya que tres de ellos, contaban con *hashtags* o *emojis* y los otros dos eran previos al 2020. Dentro de esta tabla se puede encontrar los datos como los comentarios, seguidores, *likes*, visitas y tipos de publicaciones, con respecto a los comentarios se obtuvo un rango de 0 a 26 comentarios por vídeo, donde se puede observar que la gran mayoría de las publicaciones lo que predomina son las visitas las cuales tienen un rango de 0 - 28220, además predominan las publicaciones que únicamente poseen imágenes con un porcentaje de 79,4%. Por otro lado, en visitas en promedio fue de 603, comentarios en promedio 1 por publicación, *likes* 151 por publicación y una duración de al menos 1,08 seg. en el caso de vídeos. Como se menciona anteriormente predominan los *likes* y las vistas por sobre los comentarios. En el caso de los datos del creador del contenido fueron limitados debido a que no se encuentra toda la información respectiva (Tabla 1).

Tabla 1.

Tabla de datos específicos de los autores y publicaciones evaluados

N= 63	
Información del creador de contenido	
Seguidores	1909 (3860,23 DS)
(rango)	(4,42-27300)
Numero de publicaciones	702 (1440 DS)
(rango)	(4,00 - 5980)
Tipo de posteo	
Imagen	50 (79,4%)
<i>Reel</i>	2 (3,2%)
Vídeo	4 (6,3%)
Carretes de fotos	6 (9,5%)
Carrete de <i>post</i> fotos-video	1 (1,6%)
Información del posteo	
Visitas	603 (3736,40 DS)
(rango)	(0 - 28220)
Comentarios	151(481,39 DS)
(rango)	(0,00-26)
<i>Likes</i>	151 (481,39 DS)
(rango)	(0-26)
Duración	1 (5,27 DS)
(rango)	(0 - 38)

Los aspectos que estaban presentes en la mayor cantidad de posts fueron el autor (32) y la fecha de publicación (61). La divulgación (2) y atribución (7) fue la que estuvo menos presente en los posts evaluados. Por otro lado, hubo un mayor porcentaje de autores presentes por parte de especialistas (40,6%). También hubo un mayor porcentaje de atribuciones presentes por parte de especialistas (50,0%). No hubo diferencia significativa en las divulgaciones presentes por parte de especialistas (50,0%) y dentistas (50,0%). De igual manera, no hubo diferencia significativa en las fechas de publicaciones presentes por parte de especialistas (35,7%) y dentistas (35,7%) Al hacer una comparación según el tipo de creador del contenido no se observó diferencia significativa en ninguno de los componentes (Tabla 2).

Tabla 2.

Distribución de los aspectos del JAMA según el tipo de creador de contenido

JAMA	Tipo de creador de contenido				Total	Valor <i>p</i>
	Especialista	Dentista general/	Página informativa	Página no oficial		
Autor						0,590
Ausente	9 (29,0)	13(41,9)	1 (3,2)	8(25,8)	31(100)	
Presente	13 (40,6)	11 (34,4)	2 (6,3)	6(18,8)	32 (100)	
Atribución						0,303
Ausente	18 (32,7)	21 (38,2)	3 (5,5)	13(23,6)	55 (100)	
Presente	4 (50,0)	3 (37,5)	0 (0,0)	1 (12,5)	8 (100)	

Divulgación **0,387**

Ausente 21 (34,4) 23 (37,7) 3 (4,9) 14(23,0) 61(100)

Presente 1 (50,0) 1 (50,0) 0 (0,0) 0 (0,0) 2 (100)

Fecha de publicación y actualización **0,523**

Ausente 2 (28,6) 4 (57,1) 0 (0,0) 1 (14,3) 7 (100)

Presente 20 (35,7) 20(35,7) 3 (4,8) 14(22,2) 63(100)

En las publicaciones se analizó las categorías y subcategorías de la enfermedad periodontal presentes. Con respecto a la etiología (55,6%), la mayoría de posteos fueron sobre el biofilm (31,7%). En los factores de riesgo (27,0%) se reflejó el mismo porcentaje de publicaciones sobre el fumado (6,3%) y la diabetes (6,3%). En la prevención (46%) se destacó un mayor porcentaje en una buena higiene oral (38,1%) y en el tratamiento (28,6%) se reflejaron más posteos en la instrumentación (15,9%) (Tabla 3).

Tabla 3.

Tabla de frecuencia de categorías y subcategorías de Enfermedad periodontal presentes en los posteos evaluados

	n/N* (%)
Etiología	35 (55,6)
Biofilm	20 (31,7)
Multifactorial	8 (12,7)
Pérdida de tejido	19 (30,2)
Factores de riesgo	17 (27,0)
Fumado	4 (6,3)
Diabetes	4 (6,3)
Prevención	29 (46,0)
Buena higiene	24 (38,1)
Aditamentos	10 (15,9)
Tratamiento	18 (28,6)
Instrumentación	10 (15,9)
Quirúrgico	6 (9,5)

La información evaluada en las tablas indica que la mayoría de posteos de parte de las fuentes fueron de poca utilidad. No se observa diferencia significativa de la fuente con la utilidad ($p=0,802$) (Tabla 4).

Tabla 4.***Estudio de la fuente y la utilidad de contenido sobre la enfermedad periodontal***

	Poco útil	Moderadamente útil	Total	Valor P
Fuente				
Especialista	19 (86,4%)	3 (13,6%)	22 (100,0%)	0,802
Dentistas generales/clínica	23 (95,8%)	1 (4,2%)	24 (100,0%)	
Página informativa	3 (100,0%)	0 (0,0%)	3 (100,0%)	
Página no oficial	12 (85,7%)	2 (14,3%)	14 (100,0%)	

No hay diferencia significativa en el promedio de visitas, *likes* y comentarios en la utilidad del contenido (Tabla 5).

Tabla 5.***Análisis de la calidad del contenido sobre la periodontitis***

Variables	Calidad de contenido		Valor p
	Poco útil	Moderadamente útil	
Promedio (DS)			
Visitas	666,46 (3926,00)	0,17 (0,41)	0,864
<i>Likes</i>	0,95 (3,69)	0,33 (0,52)	0,846
Comentarios	165,63 (504,35)	15,83 (15,28)	0,706

Discusión

En este artículo se pudo observar diferentes tipos de publicaciones con imágenes, “reels”, o ambos en una sola publicación, además de videos, los cuales dentro de la investigación predominaron las publicaciones que únicamente poseen imágenes, además las vistas por los usuarios de “Instagram”, son mayores a comparación de los comentarios o *likes*.

Según el artículo de S. Yang et al (2020) al menos 7 de cada 10 personas utilizan redes sociales tales como “Instagram”, dentro de este artículo estudiaron cómo las redes sociales afectan la innovación de sus estudiantes de cirugía oral, se estudiaron publicaciones que tenían un rango de seguidores de 94 a 2,152 y el número de publicaciones un rango de 2 a 40 publicaciones, estos resultados los relacionaron positivamente aunque la tasa de interacción se asoció negativamente, en el caso de las publicaciones relacionadas con la periodontitis se puede observar que el rango de seguidores y número de publicaciones fue bastante positivo, aunque el rango de participación como los “likes” y comentarios no poseen mucha participación por parte del público que lo observa. Por otro lado, una gran desventaja actual de publicaciones en *Instagram* es que dado a la actualización del sistema el público no puede observar la cantidad de *likes* y comentarios que dicha publicación posee.

Se observan varios datos que pueden llamar la atención como lo son la presencialidad del autor en mayor porcentaje para dos tipos de creadores tanto los especialistas como el dentista general, lo que da a entender es el compromiso que adquieren o el hábito en los profesionales de la odontología, para continuamente estar educando al paciente por medio de redes sociales, mostrándose comunicativos siempre, ya sea hablando de higiene oral, tratamientos nuevos o enfermedades que puede adquirir o prevenir. Lo cual es destacable y admirable de parte de estos profesionales, en el artículo de Biricu D y Palomares T (2019) muestra que, el dentista se enfrenta diariamente a situaciones con un importante peso comunicativo. La comunicación entre el odontólogo y el paciente resulta necesaria para la realización de un diagnóstico preciso, la reducción de las molestias durante la actuación clínica del odontólogo y la consecución del éxito terapéutico. Así como un alto porcentaje de confianza del paciente al profesional para continuar sus tratamientos.

Durante la evaluación de las publicaciones de *Instagram*, se observó que la mayoría de las publicaciones se referían a la etiología y, más específicamente, a la presencia de biofilm. No había mucha información sobre los factores de riesgo de la periodontitis. Los aditamentos de higiene bucal no se vieron en muchos de los *posts*. Se sabe que las redes sociales son mayoritariamente utilizadas por adolescentes y adultos jóvenes. Según Abdulbaqi et. al., (2020), se observó que más adultos tenían conocimientos sobre aditamentos que niños más pequeños. Se infirió que esto puede deberse a una mayor experiencia en acudir al odontólogo. Debido a la poca información sobre los factores de riesgo que se encuentra en las publicaciones, menos adolescentes conocen los factores de riesgo.

Por otro lado se evaluó la utilidad del contenido según el autor de las publicaciones, dividiéndolo en especialistas, dentistas generales/ clínicas, página oficial y página no oficial, en donde no se logró encontrar una evidencia de nivel significativo en lo que fue el promedio tanto de comentarios y *likes* como de utilidad de la información obtenida, al analizar este hallazgo se comprende la poca fiabilidad de la información que hoy en día poseen las redes sociales debido a que esta se propaga de forma rápida, imposibilitando así una plena seguridad en la información obtenida, además de generar posibles consecuencias en las personas que se nutren de lo encontrado en la red, ya que la mayoría de la población reacciona de manera inconsciente y de forma emocional, sin analizar qué tan veraz o certero sea lo que se está (Castillo, et.al., 2016).

Una de las limitaciones del trabajo fueron que por las nuevas reglas de *Instagram* en donde no se visualizan la cantidad real de *likes* y vistas en algunos *posts* no se pueden saber con exactitud como se observa en la Tabla 5. Esto fue debido a que, en una gran cantidad de publicaciones en diversas fuentes, la información fue irrelevante o nula sobre la enfermedad periodontal y sus categorías y subcategorías; por lo que es una de las limitantes del trabajo. Los aportes del trabajo vienen siendo que, con estos análisis, futuros profesionales pueden observar la utilidad de *Instagram* como una herramienta para divulgar información tanto a los pacientes como a colegas odontólogos, y que la información incluida debe de ser detallada y concreta, tocando todos los puntos más importantes. Este artículo resalta la importancia de las redes sociales en el ámbito dental, los hallazgos pueden de ser de mucha utilidad ya que conforme los resultados dejan en evidencia la importancia de seguir investigando la comunicación entre odontólogo-paciente y cómo facilitar la misma (Sivrikaya, et. al., 2021).

Conclusión

Instagram es una red social muy popular en el día a día. Puede ser una herramienta muy útil para recopilar información sobre varios temas, pero es muy importante tener en cuenta que no toda la información publicada es precisa. Se observó en el estudio anterior que la mayoría de las publicaciones sobre periodontitis evaluadas fueron realizadas por dentistas y especialistas, pero esto no influyó en la utilidad del contenido publicado. Muchas de las publicaciones analizadas no fueron muy útiles debido a la falta de ciertos componentes claves. Hubo muchos factores que podrían haber afectado esto, como el cambio en la política de *Instagram*, por lo que no pudimos ver la cantidad de me gusta y comentarios. *Instagram* ofrece una comunicación con los pacientes acerca de los tratamientos, procedimientos si estas publicaciones se hacen con la información adecuada, en donde los *hashtags* también son de importancia en la red social.

Referencias

- Abdulbaqi, H. R., Abdulkareem, A. A., Alshami, M. L., y Milward, M. R. (2020). The oral health and periodontal diseases awareness and knowledge in the Iraqi population: Online-based survey. *Clinical and experimental dental research*, 6(5), 519–528. <https://doi.org/10.1002/cre2.304>
- Bircu, D., y Palomares, T. (2019). *La calidad de la relación odontólogo – paciente. Importancia de la adquisición de las habilidades comunicacionales en la formación del odontólogo*. Retrieved November 18, 2022, https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/53478/TFG_Dana_Bircu.pdf
- Castillo, C, Cruces, L y Guerra, A. (2016). *Veracidad de la información expuesta en las redes sociales*. Retrieved November 18, 2022 <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6148884.pdf>
- García, M, García, D y San Juan, A. (2021). Clasificación de las condiciones y enfermedades periodontales y perimplantares desde una perspectiva evolutiva. *Scielo*. vol19. 1-14.
- Mazhari, F., Boskabady, M., Moeintaghavi, A., et al. (2018). The effect of toothbrushing and flossing sequence on interdental plaque reduction and fluoride retention: A randomized controlled clinical trial. *Journal of Periodontology*, 89(7), 824–832. doi:10.1002/jper.17-0149
- Pardo-Romero, F. F., y Hernández, L. J. (2018). Enfermedad periodontal: Enfoques epidemiológicos para su análisis como problema de salud pública. *Revista De Salud Pública*, 20(2), 258-264. doi:10.15446/rsap.v20n2.64654
- Sivrikaya, E. C., Yilmaz, O., y Sivrikaya, P. (2021). Dentist–patient communication on dental anxiety using the social media: A randomized controlled trial. *Scandinavian Journal of Psychology*. doi:10.1111/sjop.12769

Silberg WM, Lundberg GD, Musacchio RA. Assessing, Controlling, and Assuring the Quality of Medical Information on the Internet: Caveant Lector et Viewor—Let the Reader and Viewer Beware. *JAMA*. 1997;277(15):1244–1245. doi:10.1001/jama.1997.03540390074039

Yang SC, Wu BW, Karlis V, Saghezchi S. Current Status of Instagram Utilization by Oral and Maxillofacial Surgery Residency Programs: A Comparison with Related Dental and Surgical Specialties. *J Oral Maxillofac Surg*. 2020 Dec;78(12):2128.e1-2128.e7. doi: 10.1016/j.joms.2020.08.019. Epub 2020 Aug 27. PMID: 32950471; PMCID: PMC7449933.