



UNIVERSIDAD PERUANA
CAYETANO HEREDIA

Facultad de
ESTOMATOLOGÍA

CALIDAD DE LA INFORMACIÓN EN LAS REDES SOCIALES
SOBRE ALINEADORES ORTODÓNTICOS EN EL 2024

QUALITY OF INFORMATION ON SOCIAL MEDIAL ABOUT
ORTHODONTIC ALIGNERS IN 2024

TRABAJO ACADÉMICO PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE
ESPECIALISTA EN ORTODONCIA Y ORTOPEDIA MAXILAR

AUTORA

VALERIA NIEVES NEIRA HUAMANI

ASESORA

DIANA CECILIA BECERRA NUÑEZ

LIMA – PERÚ

2024

ASESORA DE TRABAJO ACADÉMICO

ASESORA

MG. ESP.CD. Diana Cecilia Becerra Nuñez

Departamento Académico de Ortodoncia

ORCID: 0009-0006-1244-4786

Fecha de aprobación: 05 de julio de 2024

Calificación: Aprobado

DEDICATORIA

A mi madre y padre, por ser pieza fundamental en todo el proceso de formación no solo universitaria, sino de vida con su ejemplo y amor, siempre apoyándome en todo momento.

AGRADECIMIENTO

En primera instancia agradezco a mis formadores, personas de gran sabiduría quienes se ha esforzado por ayudarme a llegar al punto en el que me encuentro.

Un agradecimiento especial a mi asesora.

DECLARACIÓN DE CONFLICTO DE INTERÉS

Los autores declaran no tener ningún conflicto de interés.

RESULTADO DEL INFORME DE SIMILITUD

CALIDAD DE LA INFORMACIÓN EN LAS REDES SOCIALES SOBRE ALINEADORES ORTODÓNTICOS EN EL 2024

INFORME DE ORIGINALIDAD

| | | | |
|-----------------------------------|-----------------------------------|----------------------------|--------------------------------------|
| 18% INDICE DE SIMILITUD | 17% FUENTES DE INTERNET | 1% PUBLICACIONES | 8% TRABAJOS DEL ESTUDIANTE |
|-----------------------------------|-----------------------------------|----------------------------|--------------------------------------|

FUENTES PRIMARIAS

| | | |
|----------|---|-----------|
| 1 | repository.ucc.edu.co Fuente de Internet | 5% |
| 2 | www.researchgate.net Fuente de Internet | 1% |
| 3 | Submitted to Universidad Nacional Abierta y a Distancia, UNAD,UNAD Trabajo del estudiante | 1% |
| 4 | www.mdpi.com Fuente de Internet | 1% |
| 5 | sicreesinnovas.com Fuente de Internet | 1% |
| 6 | dspace.esoch.edu.ec Fuente de Internet | 1% |
| 7 | eprints.uanl.mx Fuente de Internet | 1% |
| 8 | Submitted to Hellenic Open University Trabajo del estudiante | 1% |

TABLA DE CONTENIDOS

| | Pág. |
|--------------------------------|------|
| Resumen | |
| Abstract | |
| I. Introducción | 1 |
| II. Objetivos | 3 |
| III. Materiales y métodos | 4 |
| IV. Resultados esperados | 11 |
| V. Conclusiones | 12 |
| VI. Referencias bibliográficas | 13 |
| VII. Presupuesto y cronograma | 15 |
| Anexos | 16 |

RESUMEN

Introducción: Los alineadores son polímeros de resina transparente que son elaborados a la medida del paciente. Su aplicación se enfoca en el manejo de un sistema especializado de movimientos dentales por medio de algoritmos matemáticos, a partir de las características anatómicas que se obtienen del escaneo digital de impresiones de polivinilsiloxano. El impacto de las redes sociales utilizadas como marketing, herramienta publicitaria y comunicativa es una de las mejores formas de llegar a consumidores potenciales. **Objetivo:** Evaluar la calidad de la información en redes sociales sobre alineadores ortodónticos en el 2024. **Materiales y métodos:** En este estudio de tipo transversal, la población estará constituida por la totalidad de la información disponible en publicaciones de las redes sociales Instagram, Facebook y TikTok en español durante el año 2024, como respuesta a la palabra de búsqueda: “alineador ortodóntico”. Se empleará un cuestionario DISCERN validado por expertos de la Universidad Cayetano Heredia, estructurado en tres secciones y 16 preguntas. Las respuestas se evaluarán en una escala del 1 al 5, donde 1 indicará un total desacuerdo y 5 un total acuerdo con las afirmaciones evaluadas. Se verificará la normalidad de los datos utilizando la prueba Kolmogorov-Smirnov y se aplicarán pruebas paramétricas (prueba t de Student, ANOVA) o no paramétricas (U de Mann-Whitney, Kruskal-Wallis) según corresponda. El análisis estadístico se realizará con STATA 18.0, con un nivel de confianza del 95% y un valor de $p < 0.05$. **Conclusiones:** Este estudio proporcionará una evaluación de calidad de la información disponible en las redes sociales Instagram, Facebook y TikTok respecto a los alineadores ortodónticos en el año 2024. Los resultados respaldarán la importancia de informar adecuadamente a los usuarios sobre los beneficios del tratamiento ortodóntico para la salud del sistema estomatognático. Además, los estudios servirán como base informativa para futuras investigaciones.

Palabras claves: Alineador ortodóntico, redes sociales

ABSTRACT

Introduction: The aligners are transparent resin polymers custom-made for each patient. Their application focuses on managing a specialized system of dental movements using mathematical algorithms, which are based on anatomical characteristics obtained from digital scans of polyvinylsiloxane impressions. The impact of social networks used as marketing, advertising and communication tools is one of the best ways to reach potential consumers. **Objective:** To evaluate the quality of information on social networks about orthodontic aligners in 2024. **Materials and methods:** In this cross-sectional study, the population will consist of all the information available in social media posts on Instagram, Facebook, and TikTok in Spanish throughout the year 2024, in response to the search word: “orthodontic aligner”. a discern questionnaire validated by experts from the Cayetano Heredia University. This instrument consists of 3 sections and 16 questions, rated from 1 to 5, where 1 indicates total rejection and 5 indicates total agreement with the statement evaluated. The normality of the data will be assessed using the Kolmogorov-Smirnov test, and parametric tests (Student's t-test, ANOVA) or non-parametric tests (Mann-Whitney U test, Kruskal-Wallis test) will be applied as appropriate. Statistical analysis will be conducted using STATA 18.0, with a confidence level of 95% and a significance level of $p < 0.05$. **Conclusions:** This study will provide the quality of information available about orthodontic aligners on social media: Instagram, Facebook and TikTok in 2024. The results will support the importance of adequately inform users about the benefits of orthodontic treatment for the health of the stomatognathic system. In addition, the studies will serve as an informative basis for future research.

Keywords: Orthodontic Aligner, Social Network

I. INTRODUCCIÓN

Los alineadores se definen como polímeros de resina transparente que son elaborados a la medida del paciente (1). Su proceso se caracteriza por ser secuencial e involucrar un diseño y manufactura asistida por tecnología 3D (CAD/CAM). Su aplicación terapéutica se enfoca en el manejo de un sistema especializado para virtualizar los movimientos dentales por medio de algoritmos matemáticos, a partir de las características anatómicas que se obtienen de un escáner intraoral o del escaneo digital de impresiones de polivinilsiloxano (2,3). Posteriormente, se realiza una secuencia de impresiones de modelos estereolitográficos, en donde se logran movimientos dentales individuales y progresivos en los tres planos del espacio (3,4).

Las redes sociales como Twitter, WhatsApp, Instagram y Facebook han transformado la manera en que las personas intercambian información, opiniones, productos y servicios. Este cambio ha sido significativo en cómo las personas se informan sobre los alineadores ortodónticos (5). Sin embargo, esta facilidad de acceso a información también plantea preguntas válidas sobre la calidad y precisión de la información disponible en estas plataformas, especialmente cuando se trata de decisiones importantes como la elección de un tratamiento ortodóntico (6,7).

En el estudio realizado por Ustdal et al. en el 2020 concluyeron que YouTube no es una fuente confiable de información para alineadores ortodónticos, destacando la necesidad de que los profesionales dentales estén al tanto de la calidad de la

información circulante en estas plataformas (8).

En 2022, Alpaydin et al. llevaron a cabo una evaluación exhaustiva del contenido, calidad y legibilidad de la información disponible en línea sobre alineadores ortodónticos, utilizando términos de búsqueda como "*aligner*", "*clear aligner*" e "*Invisalign*". Este estudio encontró que las clínicas multidisciplinarias ofrecen una mayor calidad informativa en comparación con los profesionales independientes y dependientes (9). Diversos estudios revelan en el Perú y el mundo que no hay una adecuada regulación y supervisión sobre la información brindada en las redes sociales (10,11).

Por lo tanto, este trabajo busca evaluar la calidad de información en las redes sociales sobre alineadores ortodónticos e informar a los usuarios sobre este tratamiento ventajas, desventajas, publicidad informativa y como conseguir un exitoso tratamiento que beneficie al paciente en su sonrisa, en su oclusión y en todo el sistema estomatognático. En base a lo anteriormente expuesto, se plantea la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuál es la calidad de la información en redes sociales sobre alineadores ortodónticos en el 2024?

II.OBJETIVOS

Objetivo general

Evaluar la calidad de la información en redes sociales sobre alineadores ortodónticos en el 2024.

Objetivos específicos

1. Determinar la calidad de la información en redes sociales sobre alineadores ortodóntico según tipo de alineador, proveedor de información y tipo de publicación en Instagram en el 2024.
2. Determinar la calidad de la información en redes sociales sobre alineadores según tipo de alineador, proveedor de información y tipo de publicación ortodónticos en Facebook en el 2024.
3. Determinar la calidad de la información en redes sociales sobre alineadores ortodónticos según tipo de alineador, proveedor de información y tipo de publicación en Tik Tok en el 2024.
4. Comparar la calidad de la información en Instagram, Tik Tok y Facebook sobre alineadores ortodónticos en el 2024.

III.MATERIALES Y MÉTODOS

Tipo del Estudio

Transversal

Población

La población será la totalidad de las publicaciones disponibles en las redes sociales en español: Instagram, Facebook y Tik Tok en el 2024, como respuesta a la palabra de búsqueda: "alineador ortodóntico".

Criterios de selección

Criterios de inclusión

Publicaciones en español de imágenes y videos de Instagram, Facebook y Tik Tok del 2024.

Criterios de exclusión

- Publicaciones en inglés y otros idiomas diferentes al español.
- Historias en Instagram, Facebook y Tik Tok.
- Publicaciones que cuenten con menos de 10 “reacciones” y que hayan sido

compartidas menos de 10 veces.

- Publicaciones cuyo contenido completo no es de acceso público y gratuito.
- Videos duplicados.
- Videos irrelevantes o distintos al tema.
- Videos sin sonido ni subtítulos.
- Videos de clases o conferencias científicas.
- Videos que tengan más de 15 minutos.

Operacionalización de variables (anexo 1)

Calidad de información: Son propiedades que permiten juzgar el valor de un objeto.

Medido mediante el instrumento Discern. Es una variable cuantitativa, continua, de razón y valores de 0 a 5.

Redes sociales: Son plataformas digitales donde las personas publican y comparten todo tipo de información, personal y profesional. Se define operacionalmente según la red social utilizada para la recolección de información. Es una variable cualitativa, nominal, politómica y sus valores son Instagram, Facebook y TikTok.

Tipos de alineador: Los alineadores son polímeros de resina transparente que realizan movimientos dentarios en 3D, permitiendo un tratamiento más higiénico y estético. Se define operacionalmente según la red social utilizada para la recolección de información. Es una variable cualitativa, nominal, politómica y sus valores son: Invisalign, Clear Correct, Keep smiling y otras marcas.

Proveedor de información: Proveen datos esenciales e información para la toma de decisiones de mercadotecnia. Se define operacionalmente según la información obtenida en la red social. Es una variable cualitativa, politómica y nominal. Sus valores son: profesional independiente, profesional dependiente, clínica o centro dental y marca de alineador.

Tipo de publicación: Son un medio que utiliza el audio y/o el vídeo para comunicar un mensaje. Se define operacionalmente según la información obtenida de la red social. Es una variable cualitativa, dicotómica, nominal y sus valores son: imagen y video.

Técnicas y procedimientos

Instrumento

Para llevar a cabo este estudio, se evaluará la calidad de la información con el instrumento DISCERN, reconocido como el primer índice estándar para evaluar la calidad de la información sanitaria del consumidor (12). Alpaydin usó este instrumento de medición mediante un cuestionario en su estudio titulado "Información en internet sobre el tratamiento con alineadores ortodónticos: Una evaluación del contenido, calidad y legibilidad", obteniendo un nivel de confianza por medio del coeficiente de correlación intraclase de 0.983 (7).

El instrumento DISCERN consistirá en un cuestionario dividido en 3 secciones y

16 preguntas, calificadas del 1 al 5, donde 1 indicará desacuerdo total y 5 indicará acuerdo absoluto. Las secciones se estructuran de la siguiente manera: La primera sección constará de 8 preguntas para evaluar la confiabilidad de la publicación; en la segunda sección analizará la calidad en el tratamiento; y en la tercera una pregunta separada que indicará la evaluación en general, específicamente para Instagram, Facebook y TikTok respectivamente.

Validación del instrumento

El instrumento DISCERN pasará por un proceso de validación por expertos debido a que se realizarán modificaciones en el cuestionario. La validación contará con la participación de 6 docentes de la Facultad de Estomatología (FAEST) de la Universidad Peruana Cayetano Heredia (UPCH), quienes tienen más de 10 años de experiencia (Anexo 2). Los docentes recibirán una invitación por correo electrónico para participar en la validación, junto con una encuesta. La encuesta constará de 5 preguntas y un área para comentarios (Anexo 3). Se dará un plazo de una semana para el llenado de la encuesta, y se utilizará la V de Aiken para validar el grado de acuerdo entre los jueces expertos.

Recojo de información

Para la recolección de información, se empleará la palabra “Alineador ortodóntico” en español en diversas redes sociales como Instagram, Facebook y TikTok (Anexo 4). Se utilizará una computadora portátil con conexión a internet propia. Se creará

una nueva cuenta de correo electrónico en Gmail, la cual servirá para crear cuentas nuevas en Instagram, Facebook y TikTok, exclusivamente para la búsqueda de publicaciones del estudio. Además, se activará la función “modo incógnito” de Google Chrome para eliminar la posibilidad de que el algoritmo del navegador altere la búsqueda. Se seleccionará toda la información disponible en las redes sociales sobre alineadores ortodónticos, identificando y seleccionando los enlaces correspondientes en Instagram, Facebook y TikTok.

El investigador realizará la recolección de datos en dos etapas:

Primera etapa: Se recolectará la totalidad de las publicaciones seleccionadas de Instagram, Facebook y TikTok en una base de datos diseñada en Microsoft Excel con los siguientes (Anexo 5):

- ID: Identificador único para cada publicación.
- Link: Enlace de la publicación.
- Fecha: Fecha de la publicación.
- Criterios de inclusión: Indicación de si o no cumple.
- Tipo de Alineador: Alineador encontrado en la red social.
- Proveedor de información: Identificación del origen de la información.
- Tipo de publicación: Categorización si la publicación es imagen o video.
- Observación: Cualquier información adicional relevante.

Segunda etapa: Se realizará un filtro y registro de publicaciones con el objetivo de evaluar las publicaciones de mayor calidad en diversas redes sociales, utilizando el

instrumento DISCERN modificado con valores del 1 al 5, para su posterior análisis (Anexo 6). Se crearán gráficos y tablas para comparar la calidad de la información proporcionada sobre los diferentes tipos de alineadores ortodónticos, tipos de publicación y proveedores de información en distintas redes sociales (Anexo 7).

Evaluación de publicaciones

Utilizando el instrumento DISCERN modificado, se evaluará la calidad de la información de todas las publicaciones recolectadas. Cada publicación recibirá una puntuación. Una vez completada la evaluación de todas las publicaciones, se seleccionarán las 50 con la puntuación más alta de cada red social, asegurando que cumplan con los criterios de inclusión. Las 50 publicaciones seleccionadas se registrarán en la hoja correspondiente, incluyendo la información mínima requerida.

Plan de análisis

Se realizará un análisis descriptivo de las variables, seguido por la verificación de la normalidad de la variable cuantitativa mediante la prueba Kolmogorov-Smirnov. Según los resultados de esta prueba, se aplicarán pruebas paramétricas como la prueba t de Student y ANOVA si los datos son normales, de lo contrario se utilizarán pruebas no paramétricas como la U de Mann-Whitney y Kruskal-Wallis. El análisis estadístico se llevará a cabo utilizando el software estadístico STATA 18.0, con un nivel de confianza del 95% y un valor de $p < 0.05$.

Consideraciones éticas

El proyecto será sometido a la aprobación de la Dirección Universitaria de Asuntos Regulatorios de la Investigación (DUARI) Universidad Peruana Cayetano Heredia, al ser un estudio de fuente secundaria.

IV. RESULTADOS ESPERADOS

Desde un punto de vista teórico, se espera que la calidad de la información sobre alineadores ortodónticos en las redes sociales Instagram, Facebook y TikTok sea uniforme. No obstante, se prevé que la cantidad y la proporción de información precisa y útil variarán significativamente entre estas plataformas, a pesar de la presencia de publicaciones de alta calidad en cada una de ellas. Se recomendará la realización de estudios adicionales en Latinoamérica y en español, los cuales deberán abarcar una mayor diversidad de plataformas de redes sociales para observar cómo evoluciona la calidad de la información con el tiempo.

Desde el punto de vista clínico, este estudio proporcionará conocimientos al odontólogo, acerca de la importancia de compartir información de alta calidad con sus pacientes. Se espera que esta investigación facilite la toma de decisiones clínicas al informar sobre la eficacia, duración y comodidad del uso del alineador, lo cual podría aumentar la satisfacción del paciente y mejorando el éxito de los tratamientos ortodónticos.

Desde una perspectiva social, se anticipa que los resultados de esta investigación brinden a los usuarios una mayor comprensión y discernimiento sobre los alineadores ortodónticos. En un entorno donde muchas publicaciones en redes sociales pueden carecer de información crítica o ser engañosas, este estudio promoverá una mayor conciencia entre los pacientes sobre la importancia de buscar información respaldada por evidencia científica verificada.

V. CONCLUSIONES

En este estudio, de llevarse a cabo, se respaldará la importancia de evaluar la calidad de la información disponible en plataformas de redes sociales como Instagram, Facebook y TikTok. Esto será fundamental para proporcionar a los usuarios información precisa y actualizada sobre los beneficios del tratamiento con alineadores ortodónticos en relación con la salud bucal, la estética y la función del sistema estomatognático. Asimismo, el estudio proporcionará a los ortodoncistas la información necesaria a través de publicaciones científicas y datos de empresas de alineadores ortodónticos, lo cual les permitirá comprender mejor las necesidades individuales de sus pacientes y seleccionar el tratamiento más adecuado. Será esencial que la información compartida en las redes sociales sobre los alineadores ortodónticos sea precisa y esté respaldada por evidencia científica verificada

VI.REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

1. Costello C, Kerr B, Weir T, Freer E. The incidence and severity of root resorption following orthodontic treatment using clear aligners. *Australasian Orthodontic Journal*. 2020;36(2):130–7.
2. Kravitz N. How well does Invisalign work? A prospective clinical study evaluating the efficacy of tooth movement with Invisalign. *Am J Orthod Dentofacial Orthop*. 2009;135(1):27–35.
3. Melkos A. Dynamics of Social Media Popularity of “Do It Yourself” Orthodontic Aligners: A YouTube Case Study. En: *Advances in digital technology and orthodontics: a reference to the Invisalign method*. Sharan J, Jena AK; 2005.
4. Chang C. Introduction to Invisalign® Smart Technology: Attachments Design, and RecallChecks. *J Digital Orthod*. 2019;54:80–95.
5. Barhate U, Sharan J, Jena A. Dynamics of Social Media Popularity of “Do It Yourself” Orthodontic Aligners: A YouTube Case Study. *Journal of Indian Orthodontic Society*. 2023;57(3):171-177.
6. Si S. Social Media and Its Role in Marketing. *Bus Econ J*. 2015;07(01).
7. Alpaydın MT, Büyük SK, Canigur Bavbek N. Information on the Internet about clear aligner treatment-an assessment of content, quality, and readability. *J Orofac Orthop*. 2022 Oct;83(Suppl 1):1-12. doi: 10.1007/s00056-021-00331-0.
8. Ustdal G, Guney A. YouTube as a source of information about orthodontic clear aligners. *Angle Orthod*. 2020 May 1;90(3):419-424.

9. Meade MJ, Dreyer CW. Web-based information on orthodontic clear aligners: a qualitative and readability assessment. *Aust Dent J.* 2020 Sep;65(3):225-232. doi: 10.1111/adj.12776.
10. Couper MP, Singer E, Levin CA, Fowler FJ Jr, Fagerlin A, Zikmund-Fisher BJ. Use of the Internet and ratings of information sources for medical decisions: results from the DECISIONS survey. *Med Decis Making.* 2010 Sep-Oct;30(5 Suppl):106S-114S. doi: 10.1177/0272989X1037766.
11. Charnock D, Shepperd S, Needham G, Gann R. Discern: an instrument for judging the quality of written consumer health information on treatment choices. *J Epidemiol Community Health.* 1999;53(2):105–11.
12. Weiss E, Moore K. An Assessment of the Quality of Information Available on the Internet about the IUD and the Potential Impact on Contraceptive Choices. *Contraception.* 2003;68(5):359-64.

VII. PRESUPUESTO Y CRONOGRAMA

Presupuesto

| MATERIALES | CANTIDAD | PRECIO UNITARIO | TOTAL |
|----------------------|----------|-----------------|--------------|
| Papel bond | 5 | 0.50 | 2.5 |
| Lapicero | 2 | 2.50 | 5.00 |
| Análisis Estadístico | 1 | 600 | 600 |
| TOTAL | | | 607.5 |

Cronograma

| Actividades | Agosto | Setiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre | Enero |
|----------------------------|--------|-----------|---------|-----------|-----------|-------|
| Presentación del protocolo | X | | | | | |
| Aceptación del protocolo | | X | | | | |
| Recojo de datos | | | X | | | |
| Procesamiento de datos | | | | X | | |
| Análisis de los datos | | | | | X | |
| Informe final | | | | | | x |

ANEXOS

Anexos 1. Operacionalización de variables

| VARIABLES | DEFINICIÓN CONCEPTUAL | DEFINICIÓN OPERACIONAL | TIPO | CATEGORÍA Y ESCALA | VALORES |
|--------------------------|---|--|--------------|--------------------|---|
| Calidad de información | Son propiedades que permiten juzgar el valor de un objeto. | instrumento Discern | Cuantitativa | Continua De razón | Valores de 0 a 5 |
| Redes sociales | Son plataformas digitales donde las personas publican y comparten todo tipo de información, personal y profesional. | Según la red social utilizada para la recolección de información | Cualitativa | Politómica Nominal | - Instagram - Facebook - Tik Tok |
| Tipos de alineador | Son polímeros de resina transparente que realizan movimientos dentarios en 3D, permiten un tratamiento más higiénico y estético | Según la red social utilizada para la recolección de información | Cualitativa | Politómica Nominal | -Invisalign -Clear Correct -Keep smiling -Otras marcas. |
| Proveedor de información | Proveen datos esenciales e información para la toma de decisiones de mercadotecnia | Según la red social utilizada para la recolección de información | Cualitativa | Politómica Nominal | - Profesional independiente - Profesional dependiente - Clínica o centro dental - Marca de alineador |
| Tipo de publicación | Son un medio que utiliza el audio y/o el vídeo para comunicar un mensaje | Según la red social utilizada para la recolección de información | Cualitativa | Dicotómica Nominal | - Imagen - Video |

**Anexo 2. Validación de encuesta diseñada por un grupo de trabajo de
estudiantes de la facultad de Estomatología de la Universidad Peruana
Cayetano Heredia**

Objetivo

Validar el contenido del cuestionario que se usará para el proyecto de tesis: “Calidad de la información en las redes sociales sobre alineadores ortodónticos en el 2024”.

Instrucciones

La presente validación de contenido se lleva a cabo en el marco de la realización del proyecto de investigación: calidad de la información en las redes sociales sobre alineadores ortodónticos en el 2024

Luego de llenar los datos solicitados en la parte inferior, y haber leído el resumen del protocolo de investigación, proceda a llenar el siguiente cuestionario, marcando las alternativas SI o NO, en el caso de ser una respuesta negativa, por favor llene el motivo de la respuesta.

En caso de alguna interrogante, por favor no dude en preguntar para su aclaración. Si existiera algún comentario o sugerencia, agregarlo en la sección de comentarios al final de la encuesta.

Su opinión es de suma importancia.

Nombre y Apellidos:

Lugar:

Fecha:

Anexo 3. Cuestionario de Validación de Experto

CUESTIONARIO DE VALIDACIÓN

1. Por medio de la encuesta ¿se puede identificar el uso de redes sociales?

Si

No (explicar por qué)

Porque: _____

2. Por medio de la encuesta ¿se puede describir el uso de redes sociales?

Si

No (explicar por qué)

Porque: _____

3. Siguiendo las indicaciones de la propia encuesta ¿considera que las preguntas serían entendidas fácilmente por el encuestado?

Si

No (explicar por qué)

Porque: _____

4. En función de las preguntas de la encuesta ¿considera que podrían dar respuestas no claras?

Si

No (explicar por qué)

Porque: _____

5. A su parecer ¿esta encuesta es un instrumento adecuado para el presente estudio?

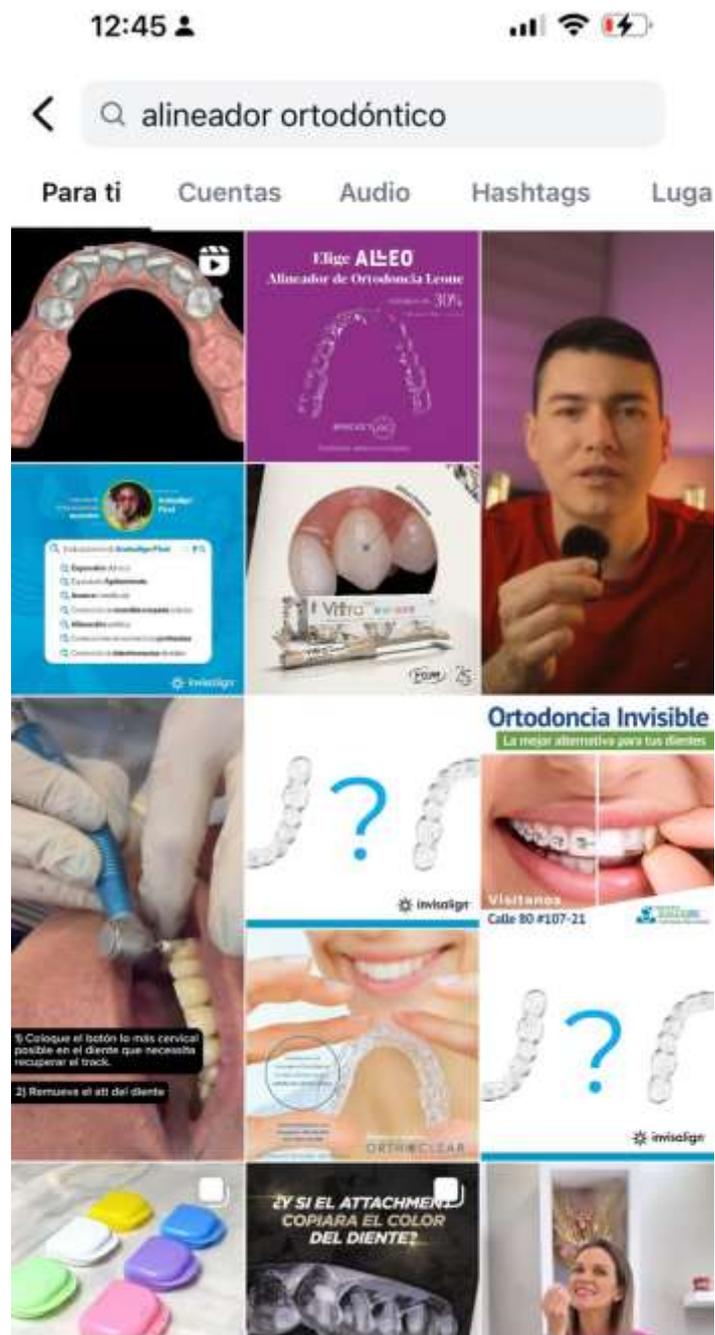
Si

No (explicar por qué)

Porque: _____

Comentarios:

Anexo 4: Búsqueda con la palabra en español “alineador ortodóntico”



Anexo 5. Ficha de recolección de datos

| Red Social | Instagram | Facebook | Tik Tok |
|---|------------------|-----------------|----------------|
| ID identificador único para cada publicación | | | |
| Criterios de inclusión si/no | | | |
| Link de la red social | | | |
| #aleatorio | | | |
| Fecha | | | |
| Proveedor de información | | | |
| Tipo de alineador | | | |
| Tipo de Publicación | | | |
| Observación | | | |

Anexo 6. Instrumento

Escala de puntuación DISCERN modificado Según Red Social

| | NO 1 | 2 | PARCIALMENTE 3 | 4 | SI 5 |
|---|---------|---|-------------------|---|---------|
| 1. Logro captar tu atención la publicación | | | | | |
| 2. Mencionan la publicación el precio del tratamiento? | | | | | |
| 3. La información del contenido ayuda en su toma de decisión del tratamiento? | | | | | |
| 4. Esta claro que fuentes de información se utilizaron para compilar la publicación (aparte del autor) | | | | | |
| 5. Esta claro cuando se produjo la información utilizada o reportada en la publicación? | | | | | |
| 6. Es equilibrada o imparcial | | | | | |
| 7. Proporciona detalles de fuentes adicionales de apoyo e información? | | | | | |
| 8. Tiene alguna duda en la información de la publicación brindada? | | | | | |
| 9. Describe cómo funciona cada tratamiento? | | | | | |
| 10. Describe los beneficios del tratamiento. | | | | | |
| 11. Describe riesgos de cada tratamiento. | | | | | |
| 12. Describe lo que sucedería si no se utiliza ningún tratamiento? | | | | | |
| 13. Describe como la opción de tratamiento puede afectar calidad de la vida? | | | | | |
| 14. Le explican que existe otros tratamientos alternativos | | | | | |
| 15. En esta publicación existen algún tipo de publicidad de alguna marca en especial | | | | | |

Calificación de la calidad en general de la publicación

| | | | | | |
|---|-------------------|----------|-----------------------|----------|-------------------|
| 16. Calidad en general de la publicación | 1 BAJO | 2 | 3 MODERADO | 4 | 5 ALTO |
|---|-------------------|----------|-----------------------|----------|-------------------|

Anexo 7. Cuadro comparativo de Redes Sociales

| DISCERN modificado (puntuación) | Instagram | Facebook | Tik Tok |
|--|------------------|-----------------|----------------|
| 1 | | | |
| 2 | | | |
| 3 | | | |
| 4 | | | |
| 5 | | | |