

## **CLAREAMENTO DENTAL E *TIKTOK*<sup>®</sup>: UM A AVALIAÇÃO DA QUALIDADE DOS CONTEÚDOS PUBLICADOS NA PLATAFORMA**

Gabriel Barra Silva <sup>1</sup>, Matheus Melo Pithon<sup>2</sup>

### **RESUMO INTRODUCTION:**

**INTRODUÇÃO:** informações de saúde com baixa qualidade nas plataformas digitais como *TikTok*<sup>®</sup> podem impactar na qualidade de vida dos usuários. **OBJETIVO:** avaliar a qualidade dos conteúdos relacionados as técnicas e protocolos de clareamento dental no *TikTok*<sup>®</sup>. **METODOLOGIA:** trata-se de um estudo observacional transversal. Foi realizada uma busca de abril a junho de 2025 na plataforma de compartilhamento de vídeos *TikTok*<sup>®</sup> acerca de conteúdos relacionados ao clareamento dental. Em que os vídeos mais vistos na plataforma localizados com as hashtags: #clareamentodental”, #clareamentocaseiro, #dentesbrancos, #clareadordental, #whiteningteeth e #whiteteeth” foram selecionados. Dois pesquisadores avaliaram a qualidade audiovisual a partir da escala Global Quality Score (GQS). Também foi contabilizado o número de *likes*, comentários e compartilhamentos. A normalidade da amostra foi avaliada pelo teste de Shapiro Wilk e a distribuição dos dados numéricos (curtidas; comentários; compartilhamentos e pontuação do GQS) **RESULTADOS:** a maior parte dos conteúdos foram produzidos por leigos (61,1%) como o objetivo de relatar a experiência pessoal (44,4%), a qualidade geral foi considerada baixa (57,7%). **CONCLUSÃO:** a maioria dos vídeos não se apresentou como satisfatória e de utilidade bastante limitada para pacientes.

**PALAVRAS-CHAVE:** Clareamento dental, Mídia Audiovisual, Odontologia, Rede social, Tecnologia a Informação.

TEETH WHITENING AND TIKTOK®: AN EVALUATION OF THE QUALITY OF  
CONTENT PUBLISHED ON THE PLATFORM

ABSTRACT

**INTRODUCTION:** Poor-quality health information on digital platforms such as TikTok® can impact users' quality of life. **OBJECTIVE:** To evaluate the quality of content related to teeth whitening techniques and protocols on TikTok®. **METHODOLOGY:** This is a cross-sectional observational study. A search was conducted from April to June 2025 on the TikTok® video sharing platform for content related to teeth whitening. The most viewed videos on the platform located with the hashtags: #teethwhitening, #hometeethwhitening, #white teeth, #teethwhitener, #whiteningteeth, and #whiteteeth were selected. Two researchers evaluated the audiovisual quality using the Global Quality Score (GQS) scale. The number of likes, comments, and shares was also counted. The normality of the sample was assessed using the Shapiro Wilk test and the distribution of numerical data (likes, comments, shares, and GQS scores). **RESULTS:** Most of the content was produced by lay people (61.1%) with the aim of reporting personal experiences (44.4%), and the overall quality was considered low (57.7%). **CONCLUSION:** Most videos were not satisfactory and were of very limited use to patients.

**KEYWORDS:** Tooth Bleaching, Video-Audio Media, Dentistry, Social Networking, Information Technology.

INTRODUÇÃO

A interação com as mídias sociais ocupa espaço crescente no cotidiano, influenciando comportamentos e relações sociais (Rocha, 2025). Munidas de grande poder disseminador e multifuncionalidade, as redes sociais têm se mostrado eficazes na divulgação científica além de ampliar e democratizar o acesso a informação (Carvalho, 2025).

O TikTok® vem se destacando como uma das redes mais populares, distribuída em mais de 150 países, alcançou 1 bilhão de usuários em 2021 (Fialos, 2021). Seu formato dinâmico de vídeos e amplo alcance reforça o potencial como veículo de comunicação na difusão de conteúdo científico (Martins, 2024). Contudo, para alcançar tal potencial, os vídeos precisam conter informações seguras e cientificamente embasadas, o que nem sempre ocorre (Sufrate-Sorzano, 2024).

Na odontologia, o contato com informações equivocadas pode induzir práticas inadequadas e terapias ineficazes, gerando prejuízos estéticos, sociais, físicos e financeiros (Maior, 2015). O clareamento dental, um dos procedimentos mais

requisitados, reflete os padrões estéticos atuais (Ansari, 2020). Embora a execução sob supervisão profissional seja considerada mais segura e eficaz (Penedo, 2024), cresce a procura por alternativas clareadoras como dentifrícios, colutórios e receitas caseiras, frequentemente divulgadas sem comprovação científica (Abidia, 2023). Dessa forma, considerando a influência do TikTok® nos hábitos dos usuários, a disseminação de informações incorretas sobre as técnicas clareadoras gera preocupação. Assim, este estudo propõe avaliar a qualidade dos conteúdos referentes a protocolos de clareamento dental publicados no TikTok®.

## MATERIAIS E MÉTODOS

Foi conduzida uma busca na plataforma TikTok® em maio de 2025. Anteriormente, o histórico e outros fatores que pudessem alterar a pesquisa foram apagados. Realizou-se uma pesquisa exploratória para identificar os termos mais comuns sobre o clareamento dental, chegando a 6 hashtags em português e inglês: #clareamentodental, #clareamentocaseiro, #dentesbrancos, #clareadordental, #whiteningteeth e #whiteteeth. Foram incluídos vídeos disponíveis na data e que fornecessem informações acerca dos protocolos clareadores. Vídeos em outros idiomas, cujo conteúdo não estava relacionado e/ou vieram em duplicatas, foram excluídos. Os vídeos coletados foram avaliados por dois estudantes de Odontologia sob supervisão um pesquisador e após a aplicação dos critérios de elegibilidade, tiveram os seguintes dados extraídos: números de curtidas, comentários e compartilhamentos. Também foi coletado a fonte transmissora da informação dividida da seguinte forma: (1) clínicas odontológicas ou outras clínicas; (2) marcas/empresas; (3) cirurgiões-dentistas; (4) estudantes de Odontologia; (5) outros profissionais; (6) leigos e pacientes. O objetivo dos vídeos foi classificado em 4 categorias: (1) aplicação, clínica/laboratorial; (2) entretenimento; (3) experiência pessoal; (4) anúncio. Para análise de qualidade dos vídeos, foi utilizada a escala GQS (Quadro 1) que consiste em cinco critérios que caracterizam a qualidade global dos vídeos como ruim (1), geralmente ruim (2), moderada (3), boa (4) ou excelente (5). Para avaliar a distribuição dos dados utilizou-se o teste de Shapiro Wilk. As variáveis descritivas foram apresentadas em frequência ou medida de tendência central e dispersão. Os dados foram tabulados em uma planilha do Excell e transferidos para o software IBM SPSS Statistics 27.0.

## RESULTADOS E DISCUSSÃO

Um total de 300 vídeos foram avaliados, 50 de cada hashtag. Após a verificação dos critérios de elegibilidade, 234 vídeos foram analisados e 66 excluídos (FIGURA 1). Dos vídeos incluídos, 157 eram em português e 143 em inglês. As médias das características dos vídeos incluídos foram: 80.619,75 (DP  $\pm$ 179.834,83) de curtidas, 5.531,88 (DP $\pm$  20.752,16) de compartilhamentos e 666,91 (DP $\pm$ 2.335,38) de comentários. Em relação a fonte de transmissão a maior parte dos vídeos foi produzida por leigos e pacientes (61,1%) sendo o principal objetivo relatar a experiência pessoal (44,4) o que difere de estudos anteriores que avaliaram a qualidade de conteúdos como avulsão dentária e flúor no Youtube® onde os profissionais da saúde foram os maiores produtores de conteúdo (Viera et al,2024; Azevedo et al,2024). Isso pode se dar pelo uso mais recreativo da plataforma e pela menor utilização como ferramenta de divulgação científica pelos profissionais em relação ao Youtube®. Referente ao GQS, observou-se que a categoria 1 (baixa qualidade) foi a mais frequente, com 57,7% dos vídeos avaliados. Somadas, as categorias 1 e 2 (baixa e utilidade limitada) representam 71,8% do total, reforçando a predominância vídeos com desempenho precário. Isso significa que mais da metade dos conteúdos analisados são considerados de baixa qualidade, com pouca utilidade para os usuários o que corrobora com achados recentes sobre vídeos de clareamento dentário no YouTube® demonstrando que a maioria dos vídeos foram produzidos por leigos (60%), e as informações fornecidas por eles classificadas como moderadas (53%) ou ruins (35%) (Simsek et al, 2020). Outro estudo na mesma linha obteve resultados semelhantes onde apenas 12% dos vídeos sobre as técnicas clareadoras detinham boa ou alta qualidade nas informações (Rachmawati et al,2023).

## CONCLUSÕES/CONSIDERAÇÕES

Conclui-se, com este trabalho, que apesar do grande potencial do TikTok® como veículo de divulgação científica, a rede não se enquadra como uma fonte confiável de informação quando relacionada ao clareamento dental. Em relação à qualidade dos vídeos, a maioria não se apresentou como satisfatória e de utilidade bastante limitada para pacientes. Assim torna-se necessário que os cirurgiões dentistas sejam incentivados a produzir e disseminar conteúdos de qualidade e atrativos ao público

geral. Ademais mais estudos são necessários para avaliar a qualidade das informações acerca do clareamento dental nas redes sociais.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. **ABIDIA, R. F.; EL-HEJAZI, A. A.; AZAM, A.; AL-QHATANI, S.; AL-MUGBEL, K.; ALSULAMI, M.; KHAN, A. S.** In vitro comparison of natural tooth-whitening remedies and professional tooth-whitening systems. *Saudi Dental Journal*, v. 35, n. 2, p. 165-171, fev. 2023. Disponível em: <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC10024105/>.
2. **ANSARI, S. H.; ALZHRANI, A. A.; ABOMELHA, A. M. S.; ELHALWAGY, A. E. A.; ALALAWI, T. N. M.; SADIQ, T. W. M.** Influence of social media towards the selection of Hollywood smile among the university students in Riyadh City. *Journal of Family Medicine and Primary Care*, v. 9, n. 6, p. 3037-3041, 2020. DOI: [https://doi.org/10.4103/jfmprc.jfmprc\\_442\\_20](https://doi.org/10.4103/jfmprc.jfmprc_442_20).
3. **AZEVEDO, A. L. B. de; et al.** Vídeos do YouTube relacionados ao flúor: um estudo infodemiológico de conteúdo, qualidade e confiabilidade. *Periódicos Grupo Tiradentes*, 2024. Disponível em: <https://periodicos.grupotiradentes.com/saude/article/view/11795/5533>. Acesso em: [dia mês ano].
4. **CARVALHO, F.** Semiótica social da imagem em movimento nas mídias sociais: uma análise das estratégias discursivas de popularização da ciência em um vídeo do TikTok. *Trabalhos em Linguística Aplicada*, v. 64, 2025. DOI: 10.1590/01031813v6420258674566. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/tla/a/MmC9PqHcHLhnqvRcVCRcXw/?format=html&lang=pt>. Acesso em: 26 ago. 2025.
5. **FIALLOS, A.; FIALLOS, C.; FIGUEROS, S.** TikTok and education: discovering knowledge through learning videos. In: *Eighth International Conference on eDemocracy & eGovernment (ICEDEG)*. Equador, 2021. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/354560416\\_TikTok\\_and\\_Education\\_Discovering\\_Knowledge\\_through\\_Learning\\_Videos](https://www.researchgate.net/publication/354560416_TikTok_and_Education_Discovering_Knowledge_through_Learning_Videos).
6. **MAIOR, G. M. S. C. S.; NYARWAYA, R. N.** Informações sobre saúde bucal, medicamentos e produtos odontológicos em mídia leiga. Trabalho de Conclusão de Curso – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2015. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/132596>
7. **MARTINS, R.; HADDAD, M.; FITARONI, J. B.** O impacto do TikTok na autoestima dos jovens adultos: uma análise qualitativa. *Psico*, Univag, [s.d.]. Disponível em: <https://www.repositoriodigital.univag.com.br/index.php/Psico/article/view/1966>. Acesso em: 26 ago. 2025.
8. **PENEDO, N. R. de S.; TAVARES, C. V. M.; ALVES, E. L. C.; MATTOS, C. L. L. B. de.** Clareamento dental: desvendando mitos e abordando uma visão contemporânea dos mecanismos de ação, eficácia e segurança. *Research, Society and Development*, v. 13, n. 5, p. 1-7, maio 2024. DOI: 10.33448/rsd-v13i5.45851. Disponível em: <https://rsdjournal.org/index.php/rsd/article/download/45851/36512>. Acesso em: 26 ago. 2025.
9. **RACHMAWATI, Y. L.; NAIBAH, L. V. C.; AULIA, N. R.** Quality of tooth-whitening videos available on YouTube. *Pesquisa Brasileira em Odontopediatria e Clínica Integrada*, v. 23, 2023. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/pboci/a/CtQSmvmyf5T6Lsg8VLPqY7j/?format=html&lang=en>. Acesso em: [dia mês ano].

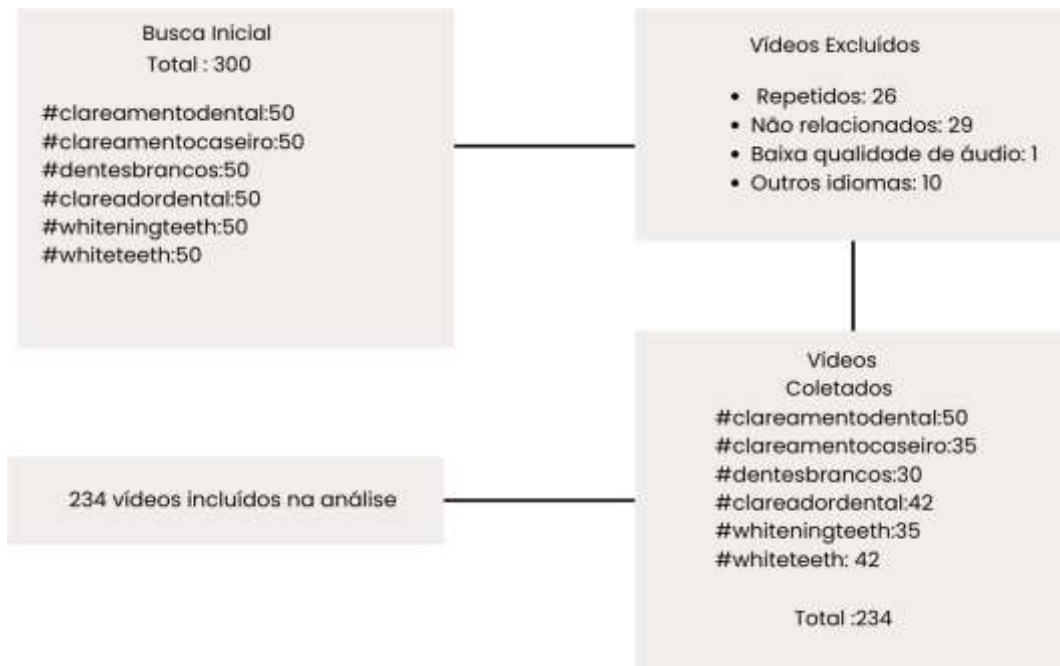
10. **ROCHA, C.; SANTEIRO, T. V.** Mídias sociais e o processo saúde-doença em universitárias: pensando grupos operativos online. *Psicologia USP*, v. 36, 2025. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/pusp/a/WZPFVQpS7Wsn85tnLZnScxD/?format=html&lang=pt>
11. **SIMSEK, H.; BUYUK, S. K.; CETINKAYA, E.; TURAL, M.; KÖSEOĞLU, M. S.** “How I whiten my teeth”: YouTube™ as a patient information resource for teeth whitening. *BMC Oral Health*, v. 20, art. 183, 2020. DOI: 10.1186/s12903-020-01172-w. Disponível em: <https://bmcoralhealth.biomedcentral.com/articles/10.1186/s12903-020-01172-w>.
12. **SUFRATE-SORZANO, T.; CORTON-CARRASCO, O.; GARROTE-CÂMARA, M.-E.; NAVAS-ECHAZARRETA, N.; POZO-HERCE, P. del; DI NITTO, M.; JUÁREZ-VELA, R.; SANTOLALLA-ARNEDO, I.** Social networks as a tool for evidence-based health education: umbrella review. *Nursing Reports*, v. 14, n. 3, p. 2266-2282, 2024. DOI: 10.3390/nursrep14030168. Disponível em: <https://www.mdpi.com/2039-4403/14/3/168>. Acesso em: 7 set. 2025.
13. **VIEIRA, I. M.; ARAGÃO, M. L. S.; GOMES, R. D. A. D.; GOMES, M. C.; LIMA-NETO, J. C.; GRANVILLE-GARCIA, A. F.; FIRMINO, R. T.** Estudo infodemiológico da qualidade, confiabilidade e conteúdo de vídeos do YouTube sobre avulsão dentária. *Arquivos em Odontologia*, v. 60, p. 210-219, 2024. DOI: 10.35699/2178-1990.2024.52516. Disponível em: <https://periodicos.ufmg.br/index.php/arquivosemodontologia/article/view/52516/46851>

**QUADRO 1:** Descrição da escala de cinco pontos do Índice de qualidade global usada para avaliar a qualidade dos vídeos

Pontuação	Descrição da pontuação global
1	Baixa qualidade, baixo fluxo do site, falta de muitas informações, nada útil para os pacientes
2	Geralmente baixa qualidade e baixo fluxo, algumas informações listadas, mas muitos tópicos importantes ausentes, de uso muito limitado para os pacientes
3	Qualidade moderada, fluxo abaixo do ideal, algumas informações importantes são discutidas adequadamente, mas outras são pouco discutidas, um tanto úteis para os pacientes
4	Boa qualidade e geralmente bom fluxo, a maioria das informações relevantes está listada, mas alguns tópicos não são abordados, úteis para os pacientes
5	Excelente qualidade e excelente fluxo, muito útil para os pacientes

Fonte: De autoria própria.

**FIGURA 1:** Fluxograma do processo de seleção dos vídeos do Tiktok®.



Fonte: De autoria própria.