



**Universidad Nacional Mayor de San Marcos**

**Universidad del Perú. Decana de América**

**Facultad de Odontología**

**Escuela Profesional de Odontología**

**Gestión y comportamientos éticos en redes sociales de  
los estudiantes de odontología de una universidad  
pública peruana durante el 2022**

**TESIS**

Para optar el Título Profesional de Cirujano Dentista

**AUTOR**

Angel Emanuel MONTERO ROSSEL

**ASESOR**

Dr. Carlos Antonio LINARES WEILG

Lima, Perú

2023



Reconocimiento - No Comercial - Compartir Igual - Sin restricciones adicionales

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

Usted puede distribuir, remezclar, retocar, y crear a partir del documento original de modo no comercial, siempre y cuando se dé crédito al autor del documento y se licencien las nuevas creaciones bajo las mismas condiciones. No se permite aplicar términos legales o medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otros a hacer cualquier cosa que permita esta licencia.

## Referencia bibliográfica

---

Montero, A. (2023). *Gestión y comportamientos éticos en redes sociales de los estudiantes de odontología de una universidad pública peruana durante el 2022*. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Facultad de Odontología, Escuela Profesional de Odontología]. Repositorio institucional Cybertesis UNMSM.

---

## Metadatos complementarios

<b>Datos de autor</b>	
Nombres y apellidos	Angel Emanuel Montero Rossel
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	75459529
URL de ORCID	<a href="https://orcid.org/0009-0002-7579-6763">https://orcid.org/0009-0002-7579-6763</a>
<b>Datos de asesor</b>	
Nombres y apellidos	Carlos Antonio Linares Weilg
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	10012830
URL de ORCID	<a href="https://orcid.org/0000-0002-7663-6799">https://orcid.org/0000-0002-7663-6799</a>
<b>Datos del jurado</b>	
<b>Presidente del jurado</b>	
Nombres y apellidos	Sergio Francisco Alvarado Menacho
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	42148414
<b>Miembro del jurado 1</b>	
Nombres y apellidos	Sixto Grados Pomarino
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	06754227
<b>Miembro del jurado 2</b>	
Nombres y apellidos	Carlos Antonio Linares Weilg
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	10012830

<b>Datos de investigación</b>	
Línea de investigación	No aplica.
Grupo de investigación	No aplica.
Agencia de financiamiento	Sin financiamiento.
Ubicación geográfica de la investigación	Edificio: Facultad de Odontología de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos País: Perú Departamento: Lima Provincia: Lima Distrito: Cercado de Lima Latitud: -12.054583 Longitud: -77.085246
Año o rango de años en que se realizó la investigación	2021-2023
URL de disciplinas OCDE	Odontología, Cirugía oral, Medicina oral <a href="https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#3.02.14">https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#3.02.14</a> Ética <a href="https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#3.03.13">https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#3.03.13</a>

**UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS**  
(Universidad del Perú, DECANA DE AMÉRICA)  
**FACULTAD DE ODONTOLOGÍA**  
**VICE DECANATO ACADÉMICO**  
**UNIDAD DE ASESORÍA Y ORIENTACIÓN DEL ESTUDIANTE**  
(AYOE)

*"Año de la unidad, la Paz y el desarrollo"*

# **A C T A DE SUSTENTACIÓN**

## **PRESENCIAL N°004**

Los Docentes que suscriben, reunidos el 22 de marzo del 2023 en la ciudad de Lima, siendo las 08:30 horas, por encargo del Señor Decano de la Facultad, con el objeto de constituir el Jurado de Sustentación para optar el Título Profesional de Cirujano Dentista del Bachiller:

### **MONTERO ROSSEL, ANGEL EMANUEL**

**CERTIFICAN:**

Que, luego de la Sustentación de la Tesis «**GESTIÓN Y COMPORTAMIENTOS ÉTICOS EN REDES SOCIALES DE LOS ESTUDIANTES DE ODONTOLOGÍA DE UNA UNIVERSIDAD PÚBLICA PERUANA DURANTE EL 2022**» y habiendo absuelto las preguntas formuladas, demuestra un grado de aprovechamiento..... **BUENO**.....

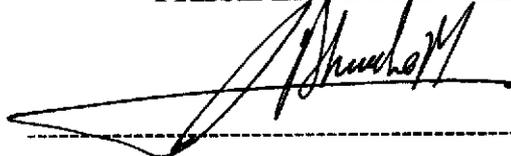
Siendo calificado con un promedio de: (escala) **Diecisiete** ..... **17**.....

(en letras)

(en números)

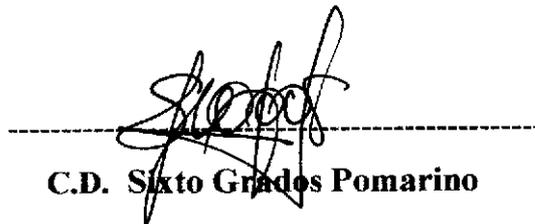
En tal virtud, firmamos en la Ciudad Universitaria, a los veintidós días del mes de marzo del dos mil veintitrés.

**PRESIDENTE DEL JURADO**



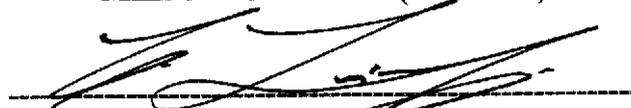
**Dr. Sergio Francisco Alvarado Menacho**

**MIEMBRO SECRETARIO**



**C.D. Sixto Grados Pomarino**

**MIEMBRO VOCAL (ASESOR)**



**Dr. Carlos Antonio Linares Weil**



**INFORME DE EVALUACIÓN DE ORIGINALIDAD**

1. AUTORIDAD ACADÉMICA QUE EMITE EL INFORME DE ORIGINALIDAD

Directora de la Escuela Profesional de Odontología

2. APELLIDOS Y NOMBRES DE LA AUTORIDAD ACADÉMICA

Dra. Doris Elizabeth Salcedo Moncada

3. OPERADOR DEL PROGRAMA INFORMÁTICO DE SIMILITUDES

Marianella Morales Valdivieso

4. DOCUMENTO EVALUADO

Gestión y comportamientos éticos en redes sociales de los estudiantes de odontología de una universidad pública peruana durante el 2022

5. AUTOR DEL DOCUMENTO

Angel Emanuel Montero Rossel

6. FECHA DE RECEPCIÓN DE DOCUMENTO

24/02/2023

7. FECHA DE APLICACIÓN DEL PROGRAMA INFORMÁTICO DE SIMILITUDES

24/02/2023

8. SOFTWARE UTILIZADO

- Turnitin

9. CONFIGURACIÓN DEL PROGRAMA DETECTOR DE SIMILITUDES

- Excluye textos entrecomillados
- Excluye bibliografía
- Excluye cadenas menores a 40 palabras

10. PORCENTAJE DE SIMILITUDES SEGÚN PROGRAMA DETECTOR DE SIMILITUDES

8%

11. FUENTES ORIGINALES DE LAS SIMILITUDES ENCONTRADAS\*

12. OBSERVACIONES

13. CALIFICACIÓN DE ORIGINALIDAD

- Documento cumple criterios de originalidad, sin observaciones
- Documento cumple criterios de originalidad, con observaciones
- Documento no cumple criterios de originalidad

14. FECHA DEL INFORME

24/02/2023



Firmado digitalmente por SALCEDO  
MONCADA Doris Elizabeth FAU  
20148092282 soft  
Motivo: Soy el autor del documento  
Fecha: 24.02.2023 11:45:17 -05:00

FIRMA DEL EVALUADOR

## **DEDICATORIA**

*En memoria de mi tía Hermelinda Ramos,  
por haberse siempre preocupado con amor  
y cariño de mi persona y mi familia.*

*A mis padres Orlando y Jesús  
por su gran amor y apoyo constante e  
incondicional en toda mi carrera universitaria.*

*A mi hermano Christian,  
que sin darse cuenta me daba energía  
y ánimos para continuar con  
la realización del presente trabajo.*

## **AGRADECIMIENTOS**

A Dios, por estar conmigo siempre, dándome motivación, fortaleza y propósito para continuar con los planes que tiene conmigo.

A mi Universidad Nacional Mayor de San Marcos, por darme la oportunidad de hacerme profesional e inculcarme valores que nunca se irán de mí.

A mis profesores, que con amor y gran vocación han contribuido con sus enseñanzas para llegar a convertirme el profesional que ahora soy.

Al Dr. Carlos Antonio Linares Weilg, por asesorarme durante la elaboración de este trabajo de investigación.

A los alumnos de la Facultad de Odontología de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos por apoyarme pacientemente con su participación en el presente estudio.

## RESUMEN

Las redes sociales han traído nuevos desafíos en nuestra profesión, por lo que es importante saber gestionar y comportarnos de manera ética dentro de ellas, logrando así evitar problemas morales, administrativos y hasta legales.

**Objetivo:** Describir la gestión y el comportamiento ético en redes sociales de los estudiantes de Odontología de la UNMSM durante el año 2022.

**Metodología:** Estudio básico de nivel descriptivo, no experimental, observacional y transversal que evaluó 190 estudiantes, utilizando un cuestionario elaborado por Andrade *et al*, dividido en dos partes, una contestada por los estudiantes y otra por el investigador.

**Resultados:** El 98,9% de estudiantes usa redes sociales, de las cuales las más utilizadas fueron WhatsApp (98,9%), Facebook (88,8%) e Instagram (85%), se determinó que el principal uso que le dan a las redes es el social (77,79%), se halló que la frecuencia con mayor preponderancia para subir contenido a las redes sociales es de cada tres o seis meses (46,5%) y que la publicación de contenido de profesional es bajo (3,4%). Se encontró que el 10,1% nunca solicita permiso para subir una foto o video donde están otras personas, que el 13% no protege la identidad de los pacientes y que el 75,6% no adule la autorización del paciente al subir contenido. **Conclusiones:** La mayoría de estudiantes utiliza redes sociales, publican contenido cada 3 o 6 meses, del cual predominantemente no es contenido profesional. También se concluyó que la actividad más frecuente en redes sociales es el informarse sobre novedades en el mundo. Además, se encontraron faltas éticas en estudiantes que nunca piden permiso para subir contenido de otras personas y que no protegen la identidad de sus pacientes.

**Palabras clave:** ética, gestión, redes sociales, estudiantes.

## SUMMARY

Social networks have brought new challenges in our profession, so it is important to know how to manage and behave ethically within them, thus avoiding moral, administrative and even legal problems. **Objective:** To describe the management and ethical behavior in social networks of UNMSM Odontology students during the year 2022. **Methodology:** Basic study of descriptive, non-experimental, observational and transversal level that evaluated 190 students, using a questionnaire prepared by Andrade *et al*, divided into two parts, one completed by the students and the other by the researcher. **Results:** 98.9% of students use social networks, of which the most used were WhatsApp (98.9%), Facebook (88.8%) and Instagram (85%), it was determined that the main use they give to social networks is social (77.79%), it was found that the frequency with greater preponderance to upload content to social networks is every three or six months (46.5%) and that the publication of professional content is low (3.4%). It was found that 10.1% never ask permission to upload a photo or video involving other people, that 13% do not protect the identity of patients and that 75.6% do not mention the patient's authorization when uploading content. **Conclusions:** Most students use social networks, publish content every three or six months, of which it is predominantly not professional content. It was also concluded that the most frequent activity on social networks is to be informed about news in the world. On the other hand, ethical flaws were found in students who never ask permission to upload other people's content and who do not protect the identity of their patients.

**Keywords:** ethics, management, social networks, students.

## ÍNDICE

I.	INTRODUCCIÓN .....	1
II.	PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....	3
2.1.	Área problema.....	3
2.2.	Delimitación del problema .....	5
2.3.	Formulación del problema.....	6
2.4.	Objetivos .....	7
2.4.1	Objetivo General.....	7
2.4.2	Objetivos Específicos .....	7
2.5.	Justificación.....	8
2.6.	Factibilidad de ejecución .....	9
2.7.	Limitaciones .....	10
III.	MARCO TEÓRICO .....	11
3.1.	Antecedentes .....	11
3.2.	Bases teóricas.....	20
3.2.1	Ética.....	20
3.2.2	Redes sociales .....	25
3.2.3	Ética y redes sociales en odontología .....	30
3.3.	Definición de términos.....	33
3.4.	Hipótesis .....	34
3.5.	Operacionalización de variables .....	35
IV.	METODOLOGÍA.....	36
4.1.	Tipo de investigación.....	36
4.2.	Diseño de estudio .....	36
4.3.	Población .....	36
4.3.1.	Población.....	36
4.3.2.	Criterios de inclusión .....	37

4.3.3. Criterios de exclusión .....	37
4.4. Procedimientos y técnica .....	38
4.5. Procesamiento de datos.....	39
4.6. Consideraciones éticas .....	39
V. RESULTADOS .....	40
VI. DISCUSIÓN.....	58
VII. CONCLUSIONES .....	62
VIII. RECOMENDACIONES.....	63
IX. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	64
X. ANEXOS.....	76
Anexo 01 .....	76
Anexo 02.....	77

## I. INTRODUCCIÓN

La ética refiere al estudio del comportamiento moral del ser humano en la sociedad, proveyendo un conjunto de principios morales, las cuales se aplican en distintas áreas de nuestra vida, como en la que es el ejercicio de nuestra profesión <sup>1</sup>. Sin embargo, la ética profesional ha sido ignorada por mucho tiempo en la formación del odontólogo por haberse principalmente concentrado en la enseñanza de los aspectos técnicos y científicos del abordaje de las enfermedades bucodentales <sup>2,3</sup>.

La ética profesional debido al actual mayor uso de las redes sociales en la odontología ha dado paso a nuevos conceptos como el profesionalismo virtual o electrónico, el cual analiza diversos peligros en la gestión de redes sociales del odontólogo como lo son la falta de límites profesionales, comprometiendo la confidencialidad y privacidad de la consulta médica, y la publicación de contenido no profesional con mensajes irrespetuosos e indecorosos <sup>4</sup>.

Estos problemas éticos han sido hallados en distintos estudios recientes, como lo son en el de Bahabri y Zaidan <sup>5</sup>, donde encontraron que el 86% de odontólogos encuestados que habían publicado fotografías de sus pacientes lo habían hecho sin el consentimiento de los mismos, recurriendo en una falta ética hacia la confidencialidad y privacidad de sus pacientes. Siendo estos comportamientos muy comunes en el ejercicio de la profesión, por lo que es necesario elaborar estudios donde se encuentren los posibles motivos que conllevan al profesional a realizar estas actitudes, como lo realizaron Aboalshamat y col <sup>6</sup>, quienes

determinaron que el 31,74% de estudiantes de odontología y odontólogos no tenían ninguna pauta aprendida de ética profesional en la gestión de sus redes sociales.

Es por ello que es fundamental que se tenga una noción de las competencias éticas de los estudiantes en la gestión de sus redes sociales, para corrección de malos comportamientos éticos e incentivo de buenos comportamientos éticos, además de poder observar y propiciar la correcta gestión de sus redes sociales por los múltiples beneficios económicos, sociales y académicos que trae a toda la comunidad odontológica.

Por lo que la presente investigación describió la gestión y el comportamiento ético en redes sociales de los estudiantes de Odontología de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos durante el año 2022.

## II. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

### 2.1. Área problema

La ética es una disciplina fundamental en la formación de toda persona, debido al carácter reflexivo que otorga en cuanto a los valores colectivos y personales del ser humano <sup>7</sup>. Valores tales como la dignidad, solidaridad y responsabilidad, que fomentan en la sociedad una búsqueda del bien común, pensamiento que no está en la prioridad del ser humano en tiempos donde éste es cada vez más individualista y menos empático a los problemas del prójimo.

Dichos valores y normas de conducta éticas se ponen a prueba también al momento de ejercer una profesión, debido a la inversión de la escala de valores, que ha superpuesto el dinero por encima de la dignidad del profesional y de la persona que recibe su servicio <sup>8</sup>. Es por eso importante la existencia de una disciplina llamada deontología, la cual está enfocada en tratar los comportamientos y dilemas éticos que discurren dentro del área de una profesión.

Asimismo, debido a los grandes avances biotecnológicos en las ciencias médicas y la investigación científica, ha sido necesario el origen de una nueva disciplina denominada bioética, la cual se encarga del estudio de la ética y la moral en las ciencias de la salud <sup>9</sup>. A través de la cual, las profesiones de la salud tales como la medicina, odontología, enfermería, biología y muchas otras más, van a enfrentarse ante distintos escenarios complicados de manejar éticamente.

Sin embargo, en el caso de la odontología, según Montenegro <sup>10</sup> el espacio para reflexionar sobre la ética es reducido en el estudio de la carrera, debido al fuerte enfoque en el desarrollo de conocimientos y habilidades prácticas. Tal es el caso de un estudio en Corea donde se menciona que solo el 32,1 % de estudiantes de higiene dental indicaban haber tomado un curso de ética profesional en su plan de estudio universitario <sup>11</sup>.

Sin embargo, a pesar de que el desarrollo técnico y práctico es crucial en el desenvolvimiento del odontólogo dentro de su profesión, no debe dejarse de lado la formación ética, ya que ésta permite comprender las necesidades del paciente y poder ser responsables en procurar la calidad de la salud de las personas <sup>12,13</sup>. Además de que si no llegara a interiorizarse principios éticos en el quehacer diario del odontólogo traería como consecuencia un trato poco profesional y ético con sus pacientes y colegas, pudiendo vulnerar así los derechos fundamentales del ser humano, tales como lo son; los derechos a la vida, a la dignidad, a la salud, a la igualdad, a la intimidad, etc.

Es así que, en búsqueda de guiar, normar y fiscalizar el comportamiento del odontólogo, el Colegio Odontológico del Perú, ha presentado su Código de Ética y Deontología, donde expone las guías para un desempeño ético del ejercicio profesional y establece los correspondientes procesos disciplinarios en caso de que se incurra en actos contra la ética y la conducta profesional <sup>14</sup>. Sin embargo, el hecho de que exista esta normativa no tendrá como consecuencia directa el actuar ético de la comunidad de profesionales en su totalidad, más aún,

en un contexto donde es difícil la fiscalización del comportamiento ético del odontólogo, por ser de práctica común la privacidad de la consulta y, además, de ser la ética, un campo poco inculcado y desarrollado en la ciudadanía en general.

## **2.2. Delimitación del problema**

La ética como disciplina ha tenido que enfrentarse a nuevos conceptos y problemas éticos que ha traído el avance de la humanidad. Estos problemas son, el uso de las redes sociales, que ha permitido conectar a distintas personas alrededor del mundo, incrementándose más aún su uso, en la coyuntura actual por la pandemia del COVID-19 <sup>15</sup>. Pero que también ha traído graves problemas éticos como campañas de desinformación, manejo de datos personales sin consentimiento, violación de la intimidad y demás dilemas a los que están expuestos también los odontólogos y sus pacientes al momento de interactuar directa o indirectamente por las redes sociales.

Estas nuevas plataformas de comunicación han hecho más sencillo estar en contacto con los pacientes, lo cual ha servido para que el odontólogo pueda más rápidamente realizar actividades de prevención, motivación, seguimiento, coordinación de citas e incluso promoción de sus servicios odontológicos en la red social que decida <sup>16</sup>. Empero, se toma el riesgo de poder cometer faltas éticas en su comportamiento profesional dentro del manejo de sus redes sociales, al transgredir

principios básicos de la ética como lo son, la privacidad, la intimidad, la confidencialidad y el secreto profesional <sup>17</sup>.

Por lo cual, como menciona Henry y Molnar <sup>18</sup>, al usarse cada vez la tecnología de forma masiva, se hace necesario enseñar en la carrera odontológica cómo aplicar conceptos de ética y profesionalismo en la incursión del odontólogo a las redes sociales. Evitando así que los futuros odontólogos desde estudiantes cometan un comportamiento poco ético en la gestión de sus redes sociales, lo cual en un estudio se demostró que se debía a que ni si quiera los estudiantes eran conscientes de las faltas éticas que cometían y a su vez, tampoco de los riesgos potenciales que éstas podrían traer en la vida del paciente y de su propia vida <sup>19</sup>.

Por lo tanto, esta investigación describió la gestión y el comportamiento ético en el manejo de redes sociales de los estudiantes de odontología, con la finalidad de dar una noción de las competencias éticas de los estudiantes en el manejo de sus redes sociales, para corrección de malos comportamientos éticos e incentivo de buenos comportamientos éticos que se evidenciarán en el presente estudio.

### **2.3. Formulación del problema**

¿Cómo es la gestión y el comportamiento ético en redes sociales de los estudiantes de Odontología de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos durante el año 2022?

## **2.4. Objetivos**

### **2.4.1 Objetivo General**

Describir la gestión y el comportamiento ético en redes sociales de los estudiantes de Odontología de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos durante el año 2022.

### **2.4.2 Objetivos Específicos**

Describir el uso de redes sociales de los estudiantes de Odontología de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos durante el año 2022.

Describir el desempeño en redes sociales de los estudiantes de Odontología de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos durante el año 2022.

Tipificar la actitud hacia la confidencialidad de la información en redes sociales de los estudiantes de Odontología de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos durante el año 2022.

Describir y verificar el cumplimiento de las normas del comportamiento ético de los estudiantes de Odontología de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos durante el año 2022.

## **2.5. Justificación**

Las redes sociales son de las herramientas tecnológicas más usadas en la actualidad, lo que ha motivado que éstas sean empleadas no solo con el fin de comunicarse o de entretenimiento, sino también que tengan como objetivos introducirse en la educación, los negocios y asuntos profesionales. A lo que el odontólogo recientemente también ha respondido involucrándose dentro de ellas, y haciendo necesario, por lo tanto, que se realicen estudios como el presente, donde se describirá el uso y desempeño en las redes sociales por parte de estudiantes de dicha profesión.

Además, cabe resaltar que el ejercicio de la profesión odontológica requiere de comportamientos éticos en el uso de las redes sociales que no atenten contra la dignidad de la profesión, ni contra los valores y derechos del odontólogo y paciente. Por lo cual este estudio buscará contribuir en la ética de la comunidad odontológica identificando aquellos comportamientos beneficiosos y también aquellos negativos que realizan los estudiantes de odontología en el manejo de sus redes sociales.

Por otro lado, es importante también dar a conocer a los pacientes el trato profesional y ético que se merecen, ya que muchas veces ellos no conocen aquellos derechos que deben ser respetados no solo en la atención odontológica propiamente dicha, sino también en el manejo de su privacidad, intimidad y confidencialidad en las redes sociales, por lo

que el presente estudio también identificará actitudes que trasgredan sus derechos antes ya mencionados.

Finalmente, el presente estudio al ser de tipo descriptivo, buscó contribuir con conocimientos sobre esta línea de investigación que no es muy estudiada en nuestra área académica. Dando paso a futuros estudios de nivel relacional o explicativos. Además, permitió conocer la situación actual de la formación ética de los estudiantes en la gestión de redes sociales, para así continuar con las prácticas educativas que beneficien la ética del estudiante, repensando también aquellas que no contribuyan en este objetivo e involucrando nuevos conceptos a las asignaturas y currículos universitarios, debido a los cambios que trae una reciente forma de interacción social como lo son las redes sociales.

## **2.6. Factibilidad de ejecución**

El presente estudio fue viable debido a que se dispuso de los recursos humanos y materiales para la ejecución del mismo. Además de haber sido cuantiosos, ni tampoco de difícil acceso y/o elevado costo.

También fue factible debido a que no se necesitó una infraestructura especial para el estudio y se dio siempre con el consentimiento informado de los participantes del estudio.

## **2.7. Limitaciones**

El poco acceso directo a los alumnos participantes del estudio por el contexto de clases semipresenciales.

La reserva y negación por parte de los alumnos encuestados para que sus redes sociales sean revisadas.

### III. MARCO TEÓRICO

#### 3.1. Antecedentes

Henry et al. (2013) <sup>18</sup> determinaron la accesibilidad, la cantidad y el tipo de contenido no profesional en perfiles de Facebook de estudiantes de odontología y de higiene dental. Se evaluaron los perfiles en línea de 499 estudiantes de higiene dental y odontología de la Universidad Estatal de Ohio utilizando la observación y recolección de datos directamente de los perfiles, datos tales como la configuración de la privacidad, acceso a la información de datos personales y contenido no profesional. Los datos se analizaron con estadística descriptiva y las comparaciones se realizaron mediante una prueba de chi-cuadrado. Hallaron que el 61% tenía perfiles de Facebook, que solo el 4% tenía completamente abierto al público la privacidad de su perfil y registraron que el 5,8% de perfiles contenían casos de falta de profesionalismo, el contenido no profesional más común involucraba el abuso de sustancias. Llegaron a la conclusión que las instituciones académicas deben considerar la implementación de políticas que concienticen y aborden el uso de redes sociales en el entorno profesional.

Arnett et al. (2014) <sup>20</sup> determinaron en alumnos de la Universidad de Loma Linda, de la Facultad de Odontología, el manejo de redes sociales, los tipos de cuentas que prefieren, su interés en incorporar las redes sociales en los cursos y sus percepciones de la utilidad de las redes sociales en su práctica privada. Realizaron una encuesta de opción múltiple de 18 ítems a un total de 351 personas. Hallaron que Facebook

fue utilizado por el 91% de los alumnos de la Facultad de Odontología, y menos de la mitad utilizó Google+, Twitter y LinkedIn. De los encuestados, el 68 % de los estudiantes informaron que se comunicaban a diario en las redes sociales y el 80 % vio el valor de que los dentistas practicantes operaran las cuentas. Las preocupaciones por el tiempo y la privacidad fueron las mayores barreras para el uso con un 16 % y un 12 % respectivamente. Concluyeron que los estudiantes consideran valioso que los dentistas tengan perfiles profesionales en sus redes sociales y que debería aprovecharse la tecnología para servir también de facilitador para la pedagogía de los maestros.

Garbin et al. (2016) <sup>21</sup> evaluaron los aspectos éticos de la publicidad, anuncios y propagandas de las páginas de clínicas dentales presentes en la red social Facebook. Realizaron un estudio transversal exploratorio, con recolección de datos durante un período de dos semanas, y utilizando la herramienta de búsqueda de la propia red social seleccionada con el término “clínica dental”. Analizando en total 102 páginas de clínicas dentales en Facebook. Obtuvieron como resultado que el 76,5% de las páginas de Facebook de las clínicas no contenían ítems obligatorios en la comunicación y divulgación, que, en el caso de personas jurídicas, incluyen el nombre y número de registro del profesional responsable. Además, encontraron que el anuncio de oferta de servicio gratuito y descuentos se encontraron, respectivamente, en 7,8% y 5,9% de los casos. Concluyeron que es necesaria una mayor

vigilancia por parte de los órganos competentes para que estas irregularidades sean investigadas y sancionadas.

Kenny y Johnson (2016) <sup>22</sup> examinaron las actitudes de los estudiantes de odontología hacia el comportamiento profesional en las redes sociales. Se llevó a cabo un estudio transversal en 155 estudiantes de una escuela de odontología. Los datos se recopilaron mediante cuestionarios para examinar el manejo de las redes sociales, las percepciones y las actitudes hacia las redes sociales y los comportamientos profesionales en línea. Hallaron que al menos una vez por semana usaron redes sociales; que la mayoría utiliza más de una plataforma y consideraban que publicar fotografías en estado de ebriedad e interactuar con el personal y los pacientes en línea era poco profesional. Concluyeron que existe un uso generalizado de las redes sociales por parte de los alumnos y que al no comportarse adecuadamente en redes sociales como se pudo evidenciar, ponían en riesgo su profesionalismo. Sugiriendo que se debe implementar capacitación para ayudar a los estudiantes a manejar estos riesgos.

Villamizar et al. (2016) <sup>23</sup> determinaron en estudiantes de medicina el uso de las redes sociales, respecto a la publicación de fotos con sus pacientes. Realizaron un estudio descriptivo y transversal en 423 estudiantes matriculados en enero de 2013. Además, se formó un grupo focal de 20 alumnos escogidos aleatoriamente para que se discuta sobre la publicación de contenido fotográfico en redes sociales. Encontraron

que el 97,6 % aceptó ser usuario activo de las más conocidas redes sociales (96,2 % de Facebook, 70,5 % de Instagram y 44,1 % de Twitter). El 17,6 % (52) contó haber subido en una ocasión o más veces una fotografía de los pacientes durante su atención. Concluyeron que la mayoría de los estudiantes contaba con teléfonos inteligentes y habían publicado contenido fotográfico de los pacientes durante la atención, así como durante otras actividades, lo que podría conllevar a tener problemas de sentido ético y legal, yendo en contra de su profesionalismo como médico.

De Melo et al. (2019) <sup>24</sup> investigaron las irregularidades éticas de la publicidad en las redes sociales (Facebook® e Instagram®) en la Odontología. Realizaron un estudio observacional transversal y exploratorio. Cuyos datos fueron recolectados a través de un formulario elaborado a partir del Código de Ética Odontológico. La evaluación contó con una muestra de 133 perfiles, de los cuales 52 estaban ubicados en la red social Facebook® y 81 estaban presentes en la red social Instagram® de mayo a junio de 2019. Los datos fueron analizados descriptivamente en SPSS 21.0. Hallaron entre las faltas éticas más frecuentes la falta de exhibición del número de registro de la persona natural o jurídica para 101 perfiles y la no identificación del responsable técnico para 130 perfiles. Por otro lado, encontraron 48 páginas ilegales que no eran pertenecientes a profesionales de la odontología, que realizaban ventas y/o publicidad de productos dentales. Concluyeron que la mayor parte de la publicidad no siguen los estándares exigidos

por el Código de Ética Odontológico y que existe la necesidad de una inspección de las redes sociales.

Aboalshamat et al. (2019) <sup>6</sup> investigaron el uso, las actitudes y el profesionalismo en las redes sociales de 779 estudiantes de odontología y odontólogos de Arabia Saudita. Realizaron cuestionarios a los participantes sobre su uso, las actitudes, el profesionalismo y el uso de redes sociales con fines de marketing. Encontraron que la plataforma de redes sociales más utilizadas semanalmente fue Whatsapp (m=6,13 días/semana). LinkedIn fue la plataforma menos utilizada. Los usos profesionales más comunes fueron observar procedimientos clínicos (80,49 %) y encontrar nueva información (79,59 %). Solo el 47,75% siguió las pautas de profesionalismo de su universidad en el lugar de trabajo, y el 31,74% no tiene ninguna pauta de profesionalismo para usar las redes sociales. Hubo un 28,75% de los participantes que habían considerado publicar información/fotos sobre un paciente sin el permiso del paciente. Concluyeron que deben implementarse pautas más estrictas con respecto a la conducta adecuada en línea e incluirlas en material de educación continua.

Hwang et al. (2020) <sup>11</sup> evaluaron el nivel de conocimiento y competencia ética profesional en higienistas dentales y estudiantes de higiene dental. Teniendo una muestra de 358 personas, quienes completaron un cuestionario estructurado para evaluar el nivel de conocimiento y competencia ética, además de evaluar sus relaciones con los pacientes,

relaciones médicas y sociales. Utilizaron la estadística descriptiva y el cálculo de porcentajes para las características de los higienistas dentales y estudiantes de higiene dental, así mismo se realizó la prueba t independiente y el análisis de varianza para comparar entre los sujetos que habían tomado un curso de ética profesional y los que no lo habían hecho. Encontraron que solo el 32,1% de los participantes indicaron haber tomado un curso de ética profesional en la universidad y que el nivel de conciencia sobre la ética profesional fue mayor entre los participantes que habían tomado un curso de ética profesional que entre los que no lo habían tomado. Concluyeron que la ética médica debería tratarse como una asignatura obligatoria en el plan de estudios universitario.

Andrade et al. (2020) <sup>17</sup> identificaron en estudiantes de odontología los comportamientos éticos y legales que se evidenciaban en el uso de sus redes sociales. Evaluaron a 179 estudiantes de la Universidad Santo Tomás mediante encuestas diseñadas en Google Forms, además de una lista de chequeo para verificar si existía un comportamiento ético en los perfiles de sus redes sociales. Se realizó un análisis univariado para determinar porcentajes y frecuencias absolutas para las variables sociodemográficas, además de un análisis bivariado con la prueba de chi-cuadrado o Fisher para las variables cualitativas tales como contenido relacionado con los procedimientos que realizaban. Obteniendo, como resultados principales que el 10, 58% publica en sus redes contenido profesional y que el 32% no alude la autorización del

paciente al subir sus fotos. Concluyeron que los comportamientos de mayor riesgo ético y legal, fueron publicar fotos de pacientes sin proteger la identidad y de menores de edad sin mencionar la autorización de sus padres.

Costa et al. (2020) <sup>25</sup> estudiaron el comportamiento de los odontólogos en el uso de las imágenes de sus pacientes. Entrevistaron a cincuenta y dos odontólogos mediante un guion semiestructurado. Las respuestas fueron analizadas utilizando un método cualitativo-cuantitativo del discurso del sujeto colectivo. Tuvieron como resultado el hallazgo de cinco ideas centrales sobre el uso de imágenes de pacientes. Entre las cuales resaltan que los odontólogos consideran beneficioso el uso de imágenes de pacientes con fines didácticos o científicos, que solicitan el consentimiento informado de forma verbal para compartir imágenes que revelen la identidad y no les agradaría que sus imágenes personales fueran compartidas sin consentimiento. Concluyeron que existe la necesidad de una mejor formación bioética en la educación superior para que los odontólogos estén mejor preparados frente a situaciones emergentes en la sociedad moderna, como lo son las redes sociales.

Bahabri y Zaidan (2021) <sup>5</sup> evaluaron en odontólogos generales y especialistas el grado de profesionalismo y los patrones de uso de sus redes sociales. Realizaron un cuestionario electrónico a todos los dentistas y especialistas registrados en Arabia Saudita a través de la plataforma de la Asociación Dental Saudita, obteniendo la respuesta de

238 de ellos. El cuestionario constaba de ítems sobre la demografía, las razones para usar las redes sociales y las formas en que las redes sociales podrían afectar el profesionalismo. Encontraron que Instagram fue la plataforma de redes sociales más utilizada para la promoción de la práctica dental. Además, hallaron que el 86 % de los encuestados que publicaron fotografías de los pacientes lo hicieron sin el consentimiento informado verbal o escrito de los pacientes, y el 65 % de ellos asumió que los pacientes no se reconocerían en las fotografías. Concluyeron que el uso inadecuado de las redes sociales puede generar problemas éticos relacionados con la confidencialidad del paciente y la protección de datos por lo que se deben establecer pautas y políticas para regular el uso de las redes sociales por parte de los odontólogos.

Justen et al. (2021) <sup>13</sup> relacionaron en estudiantes de odontología sus concepciones sobre ética con la capacidad de toma de decisiones. La muestra fue compuesta por estudiantes de la Universidad Federal de Rio Grande del Sur. Realizaron una investigación cualitativa donde, encuestaron en una primera etapa a 62 participantes mediante un formulario con dos preguntas sobre concepciones éticas; y en una segunda etapa, invitaron a deliberar a 59 participantes sobre dos situaciones que implicaban conflictos éticos. Se sometieron las respuestas a un análisis textual discursivo. Constataron así, que la mayoría de los estudiantes comprende que la ética es una orientación individual en las conductas sociales y profesionales. Además de comprender su importancia en la formación profesional, sin embargo, no

lograban aplicar conceptos éticos en situaciones prácticas del trabajo en salud, manejándolos solo en un ámbito teórico. Concluyeron que la bioética debería enseñarse contemplando la toma de decisiones, con un enfoque en el respeto por la vida, y no solo en la terapia de enfermedades.

## 3.2. Bases teóricas

### 3.2.1 Ética

#### 3.2.1.1 Ética y bioética

La ética en la vida del hombre está presente desde el inicio de las civilizaciones, teniendo grandes representantes que reflexionaban acerca del modo de actuar del ser humano dentro de la sociedad. Tales como Sócrates, Platón, Cicerón, Epicuro, entre otros. <sup>26</sup>

El término ética deriva de la palabra griega *éthos*, que refiere a las costumbres, hábitos y conductas. <sup>27</sup>

Siendo definida, la ética; como la ciencia que estudia la conducta humana tratando de encontrar explicación a las reglas morales de manera teórica y científica. Proveyendo así, la base teórica para poder realizar un juicio de valor para discernir si algo es bueno o malo. Teniendo como objeto de estudio la moral, concepto referido al conjunto de principios, normas y valores de una persona o sociedad. <sup>28,29</sup>

La ética también va a relacionarse con muchas otras disciplinas, dando luz a otras nuevas como lo es, la bioética, término acuñado por Van Rensselaer Potter <sup>30</sup> en el año 1970, quien buscó unir los hechos biológicos y los valores éticos, debido a su preocupación por los problemas del mundo y el hombre contemporáneo. <sup>31,32</sup>

La bioética se define como el estudio de la conducta humana en el ámbito del cuidado de la salud y las ciencias de la vida, originado como respuesta a la necesidad de hallar soluciones para los nuevos dilemas éticos que surgían a raíz de los avances tecnológicos. Aplicando en su práctica cuatro principios fundamentales que desarrollaremos en los siguientes capítulos, tales como son: autonomía, no maleficencia, beneficencia y justicia. <sup>33,34</sup>

### **3.2.1.2 Principios fundamentales de la bioética**

#### **3.2.1.2.1 Beneficencia**

Este principio plantea la obligación moral de actuar en beneficio de la sociedad, proporcionándole un bienestar y previniendo los daños que podrían afectar a terceros. Son acciones positivas que, a diferencia del principio de no maleficencia, no siempre exigen una obediencia imparcial y muy pocas veces sus desacatos traen como consecuencia el establecimiento de sanciones legales. <sup>35</sup>

#### **3.2.1.2.2 No maleficencia**

Es el principio que presenta la obligación de no dañar intencionalmente a ningún ser vivo. Cabe añadir que este principio no prohíbe totalmente el posible daño, sino sólo el que determina un agravio, es decir cuando existe un perjuicio malintencionado e injusto a los intereses y derechos de las personas. En la aplicación práctica de la no maleficencia se debe sopesar los beneficios de las

intervenciones frente a las cargas del mismo, evitando aquellos tratamientos indebidamente onerosos. <sup>35,36</sup>

#### **3.2.1.2.3 Autonomía**

Este principio es definido como el deber de respetar las decisiones y valores de cada individuo. Recalca la importancia de la libertad y la elección individual, incluso si las decisiones que se tomaran pudieran causar daño. En este principio se fundamenta el concepto del consentimiento informado, en el que una persona con suficiente comprensión e información decide libremente sobre su propio bien, sin ser impuesto algún acto sobre su voluntad.

37-39

#### **3.2.1.2.4 Justicia**

El principio de justicia reclama una distribución equitativa, imparcial y apropiada de los recursos sanitarios en la sociedad. Se considera que este principio tiene dos componentes importantes: la equidad; que significa que las personas en circunstancias similares deben ser tratados con la misma calidad de atención, independientemente de los aspectos no médicos, como la riqueza o la posición social y la justicia distributiva; que significa que en vista de que tenemos recursos limitados para dedicar a la salud, aun así, estamos obligados moralmente a distribuir los recursos de manera equitativa. <sup>40-42</sup>

### **3.2.1.3 Ética profesional en Odontología**

La reflexión ética dentro del ejercicio profesional es de vital importancia, es por eso que surge una disciplina dentro de la ética que implica el ordenamiento de los deberes de los profesionales en el ejercicio de su actividad, llamada deontología o ética profesional.<sup>43,44</sup>

En los odontólogos cada momento de su vida profesional, deben tomar decisiones donde se enfrentan a conflictos de valores éticos, donde la decisión final afectará de manera importante el bienestar del paciente, por lo que incluso se han elaborado códigos éticos y deontológicos, los cuales son un instrumento valioso de regulación de las conductas de los profesionales.<sup>45,46</sup>

A continuación, se presentará conceptos fundamentales dentro de la ética profesional en odontología.

#### **3.2.1.3.1 Responsabilidad profesional**

Es la obligación de responder, reparar y resarcir los daños que se hayan causado durante el ejercicio de la profesión odontológica como consecuencia de actos u omisiones, ya sean voluntarias o involuntarias. Además, distintas jurisdicciones legales tienen competencia en el juzgamiento de la responsabilidad profesional del odontólogo, pudiendo dividir así a la responsabilidad profesional en diversas clases: responsabilidad civil, responsabilidad penal, responsabilidad administrativa y responsabilidad colegial.<sup>47</sup>

#### **3.2.1.3.2 Secreto profesional**

Este concepto consiste en el deber del odontólogo de guardar reserva de los hechos que conozca en ejercicio de su profesión, ya que éste accede al conocimiento de datos y circunstancias que son de carácter confidencial, por lo que no debe revelarlos sin previo consentimiento o sin una orden legal.<sup>48</sup>

#### **3.2.1.3.3 Veracidad en el ejercicio profesional**

Este valor determina que el profesional debe actuar con apego a la verdad. Es un principio importante en la interrelación con las demás personas.<sup>49,50</sup>

Debe guardarse el odontólogo de brindar datos imprecisos o falsos a cerca de su formación profesional, de igual forma, los estudiantes de la carrera no pueden mostrarse como ya profesionales y de ninguna forma ejercer ilegalmente la profesión.

#### **3.2.1.3.4 Consentimiento informado**

Este procedimiento consiste en el acuerdo de voluntades entre el paciente y el profesional de la salud, tomando una decisión ante distintas alternativas propuestas bajo términos de conocimiento, capacidad y autonomía del paciente. La decisión usualmente es plasmada por escrito, sin embargo, el documento es meramente una formalidad para conocer que el proceso se llevó a cabo y saber los términos en los que se realizó.<sup>51</sup>

### **3.2.1.3.5 Código de ética profesional**

Conjunto de normas éticas que guían al profesional odontológico en su relación con los pacientes, personal auxiliar, colegas, comunidad y sociedad en conjunto. <sup>52</sup>

Permite, además, resolver los distintos dilemas éticos que se presentan diariamente en el ejercicio de su actividad profesional. <sup>53</sup>

En nuestro país contamos con el Código de Ética y Deontología elaborado por el Colegio Odontológico del Perú en el año 2016, el cual consta de 96 artículos, divididos en 2 áreas: Parte general y Parte específica. Esta última, abordando como temas pilares en 9 capítulos los siguientes tópicos: Del ejercicio profesional, de la expedición de certificados, odontograma e historia clínica, de las relaciones profesionales, del secreto profesional, del funcionario público, del magisterio, de la investigación y publicaciones científicas, de la promoción y publicidad de la actividad profesional, de los honorarios profesionales. <sup>14</sup>

## **3.2.2 Redes sociales**

### **3.2.2.1 Redes sociales: Definición, historia y uso**

Las redes sociales pueden ser definidas como comunidades virtuales en las cuales se puede interactuar entre amigos y a la vez conocer nuevas personas con las cuales se comparten algunos intereses. Además, son escenarios virtuales donde se

establecen comunicaciones mediante el compartir de imágenes, videos, mensajes de texto y códigos. <sup>54,55</sup>

El fenómeno de las redes sociales aparece un poco antes del nacimiento de la Web 2.0 con la aparición de la web SixDegrees.com. en el año 1997, la cual consistía en la creación de perfiles, lista de amigos, navegación en la lista de amigos de terceros y mensajería. Luego aparecerían otras aplicaciones similares como AsianAve (1997), BlacPlanet (1999) y otras como CyWorld (2001) que agregarían la función de crear páginas personales. Más tarde surgirían Rize.com (2001), Friendster (2002) y LinkedIn (2003), siendo esta última la que logró mayor popularidad, consolidándose como referencia de red social profesional. <sup>56</sup>

Posteriormente, con el surgimiento de la Web 2.0, páginas como Youtube y Flickr, implementarían funciones de redes sociales, las cuales en un inicio habían surgido solo con el fin de compartir material audiovisual. También nacería después la red social MySpace en el año 2003, la cual ofrecía la función de personalizar las páginas personales teniendo gran impacto en adolescentes. Finalmente, en el año 2004 surgiría la red social Facebook la cual en un inicio fue diseñada solo para un uso privado en la Universidad Harvard, pero que luego llegaría a ser abierta al público en general, terminando por catapultar y dando a conocer a todo el mundo las redes sociales. <sup>56</sup>

Actualmente, las redes sociales son usadas por la mayoría de los adultos jóvenes, solo en el Perú según el Instituto Nacional de Estadística e Informática el 86,5 % de adultos jóvenes son usuarios de alguna red social existente. <sup>57</sup>

Principalmente teniendo como razones de su gran uso, la interacción entre miembros de su comunidad, la facilidad para entablar relaciones, la rapidez para mantenerse informados y además el encuentro de un espacio para permitirse expresar sus pensamientos y sentimientos. <sup>58</sup>

#### **3.2.2.2 Facebook**

Es una red social donde las personas pueden compartir todo tipo de imágenes, videos y crear un perfil personal, además de poder contactarse con personas conocidas y desconocidas a través de mensajes de texto y audio. Asimismo, es una herramienta fundamental para las empresas, ya que es utilizado con éxito para la publicidad de las mismas, mediante promoción de ofertas y anuncios. <sup>59</sup>

Inicialmente fue diseñada por Mark Zuckerberg en el año 2004 con la intención de crear una red que conectara a los estudiantes de la Universidad de Harvard. Sin embargo, en el año 2006 se abrió para todos los usuarios de internet, alcanzando más de 900 millones de usuarios. <sup>60</sup>

### **3.2.2.3 Instagram**

Es una red social en la cual los usuarios comparten videos cortos y fotografías, que pueden ir junto a textos de hasta 2200 caracteres. Además, también permite el envío de mensajes y nuevas formas de interacciones como las historias, que desaparecen después de 24 horas si no se guardan en “historias destacadas”.<sup>61,62</sup>

Esta red social fue lanzada por Kevin Systrom y Mike Krieger en el año 2010, obteniendo más de 12 millones de usuarios en su primer año, pero alcanzando su mayor éxito luego de ser adquirida por Facebook en el año 2012, superando los 1200 millones de usuario, siendo principalmente usado por adultos jóvenes. Instagram es una red social que promueve la interacción y participación de los usuarios, donde las principales motivaciones para su uso se encuentran en el mostrar sus momentos importantes de la vida, mostrar sus relaciones personales, expresión de sus auto-conceptos, entre otros motivos.<sup>63-65</sup>

### **3.2.2.4 Twitter**

Es una red social donde los usuarios leen y comparten mensajes cortos denominados tweets, en un inicio limitado a 140 caracteres, pero a partir del año 2017, elevado a un número de 280 caracteres. Los usuarios van creando una red de contactos a través de seguir y ser seguidos por otros usuarios. También se pueden subir imágenes, videos y enlaces para sitios externos. Además, se utilizan hashtags los cuales se utilizan para

categorizar el contenido y permitir que los usuarios alcancen otros tweets sobre el mismo tema. <sup>66,67</sup>

Fue creado por Jack Dorsey en San Francisco, Estados Unidos en el año 2006, alcanzando una inmediata popularidad, llegando al billón de tweets y millón de usuarios en el 2008. Siendo en la actualidad utilizada por más de 330 millones de usuarios, siendo una de sus principales características que la diferencian de otras aplicaciones, la brevedad de los tweets y la forma rápida de ser compartidos, proveyendo información y contenido en tiempo real.

<sup>68,69</sup>

### **3.2.2.5 Tik Tok**

Es una red social relativamente nueva que destaca en la posibilidad de diseñar, editar y compartir videos cortos, las cuales pueden ir acompañadas de canciones, predominantemente de música actual o llamadas también tendencia. Se caracteriza por ser simple e intuitiva, teniendo una navegación hacia abajo sin saber lo que viene en el próximo video, creando gran adicción y entretenimiento. <sup>70-72</sup>

Fue creada por la compañía china Bytedance en el año 2017, siendo fusionada posteriormente con la aplicación de origen americano "Musical.ly en agosto del 2018 y teniendo su mayor auge durante la pandemia del Covid-19, poseyendo actualmente más de mil millones de usuarios activos, siendo utilizado principalmente por adolescentes y jóvenes entre 10 y 29 años. <sup>73-</sup>

<sup>75</sup>

### **3.2.2.6 WhatsApp**

Es una red social que permite el intercambio de mensajes de voz, de texto, así como de videos, fotos y audios a través de conectarse a internet por medio de un celular inteligente o también, mediante una computadora vía su extensión WhatsApp Web. Un gran diferencial de esta red social es que no es necesario crear una cuenta o agregar amigos para usar la plataforma, si no que el sistema hace uso de los contactos telefónicos identificando aquellos que están registrados en WhatsApp y agregándolos automáticamente a la lista de contactos. <sup>76,77</sup>

Esta aplicación fue desarrollada y lanzada en el año 2009 en Estados Unidos por dos antiguos directivos de la empresa Yahoo!, Jan Koum y Brian Acton. Tiempo después en el año 2014 fue comprada por la empresa Facebook añadiéndole nuevas configuraciones como el control de privacidad, desactivación del doble check y otras funciones que lo han llevado a alcanzar ya más de 1000 millones de usuarios. <sup>78-80</sup>

## **3.2.3 Ética y redes sociales en odontología**

### **3.2.3.1 Contexto ético de las redes sociales**

Las redes sociales han ofrecido a la práctica odontológica un mayor alcance para publicitar y promover los servicios que ofrecen en la atención de la salud bucal, sin embargo, deben ser reguladas de manera que se preserve el profesionalismo y la ética odontológica. Evitando situaciones como las que presentó el Consejo Dental de Nueva Gales del Sur en el periodo 2015-2016

donde se informaron acerca de 143 quejas sobre el contenido de sitios web de odontólogos. <sup>81</sup>

En el Perú, contamos con la orientación y vigilancia del Colegio Odontológico del Perú, cuyo con el fin de velar por la ética en el ejercicio profesional odontológico publicó en el año 2017 el Código de Ética y Deontología, sin embargo, no existe una sección propiamente dicha para la guía del comportamiento ético en los entornos virtuales de las redes sociales.

### **3.2.3.2 Oportunidades y riesgos de las redes sociales**

Las redes sociales facilitan la interacción entre los profesionales de la salud y los pacientes, debido al uso generalizado actualmente del Internet, no obstante, estas interacciones pueden dar lugar también a situaciones inapropiadas o vergonzosas. <sup>82</sup>

Las redes sociales traen múltiples beneficios en la comunidad odontológica como lo son, la retroalimentación y sentido de pertenencia entre colegas, el acceso a la educación virtual y contacto con personas ubicadas geográficamente muy lejanas, el gran alcance para la promoción y publicidad de sus servicios profesionales y el hallazgo de oportunidades de empleo. Sin embargo, también es imperativo conocer que el uso de las redes sociales por parte de los odontólogos tiene también riesgos como lo son, la mala calidad de la información, el daño de la imagen profesional y la incursión en faltas éticas y legales al difundir información sin previo consentimiento de los pacientes, faltando a la confidencialidad e intimidad de las personas. <sup>83</sup>

### **3.2.3.3 Educación ética en redes sociales**

La ética es parte esencial de la práctica diaria del odontólogo, por lo cual su presencia en la preparación del estudiante de odontología debe ser indispensable, para así brindarle las herramientas para una mejor toma de decisiones ante diferentes dilemas éticos que se presentan en su quehacer diario. <sup>84</sup>

En países de Latinoamérica como Chile, se ha percibido por parte de los estudiantes que su currículo no incentiva el compromiso ético hacia la sociedad, al igual que en Argentina, donde un estudio demuestra la falta de contenidos de bioética en los planes estudiantiles de la carrera de odontología. De igual manera, en el Perú, un estudio conoció que son escasas las mallas curriculares donde se encontraron cursos de ética en la carrera de odontología, siendo en su mayoría colocados dentro de otros cursos como Odontología Legal, Deontología u otra materia referente a la responsabilidad social del odontólogo. <sup>85</sup>

Además, no existen enfoques que se refieran a la problematización de la ética frente a las redes sociales, ya que mayormente los estudiantes son instruidos solo en cuanto a los preceptos legales y jurídicos ya conocidos en la atención en el consultorio. Es por eso que se deben incluir en los planes de estudio, tópicos sobre el buen uso de las redes sociales, ya que se ha evidenciado que los estudiantes a menudo cometen faltas éticas al no respetar el anonimato y la confidencialidad de los pacientes en las redes sociales. <sup>86</sup>

### 3.3. Definición de términos

- a) **Bioética:** Estudio de la conducta humana y sus valores en el campo de la medicina y de las ciencias de la vida.
- b) **Redes sociales:** Plataformas virtuales que interconectan personas creando relaciones y comunidades a través de contenido audiovisual.
- c) **Gestión de redes sociales:** Uso y estrategias en el manejo de la recepción y difusión de contenido con los usuarios de una red social.
- d) **Profesionalismo:** Conjunto de conocimientos, conductas y principios en las que se asienta la práctica idónea de una profesión.
- e) **Deontología:** Rama de la ética que estudia los deberes de los profesionales en el ejercicio de su actividad.
- f) **Consentimiento informado:** Proceso en el cual una persona es debidamente informada sobre la naturaleza, riesgos e implicancias de una intervención y/o tratamiento, culminando con una toma de decisión por parte del paciente.
- g) **Confidencialidad:** Derecho que tiene el paciente de que la información y datos sensibles otorgados al odontólogo, no sean divulgados sin previa autorización.

**h) Código de ética:** Reglamento que determina los lineamientos de una institución o comunidad con el fin de supervisar y regular la conducta o comportamiento de dicho grupo humano.

### **3.4. Hipótesis**

Al ser el estudio de tipo descriptivo se prescinde de la formulación de una hipótesis.

### 3.5. Operacionalización de variables

<b>Variable</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Ítems / Instrumento</b>	<b>Valores finales</b>	<b>Tipo de variable y escala de medición</b>
Gestión de redes sociales del estudiante	Uso de redes sociales	Autoreporte	Cuestionario N° 1 (1-12)	(Varía de acuerdo a cada pregunta)	Categoría, nominal, politómica
	Desempeño en redes sociales	Autoreporte	Escala de Likert	Nunca A veces Casi siempre Siempre	Categoría, nominal, politómica
Comportamiento ético en redes sociales	Cumplimiento de normas de comportamiento	Autoreporte	Escala de Likert	Nunca A veces Casi siempre Siempre	Categoría, nominal, politómica
		Reporte del investigador principal	Lista de cotejo para el investigador	Si No No aplica	Categoría, nominal, politómica
	Actitud hacia la confidencialidad	Autoreporte	Cuestionario N° 2 (1-9)	Si No	Categoría, nominal, dicotómica

## **IV. METODOLOGÍA**

### **4.1. Tipo de investigación**

La presente investigación correspondió a un estudio de tipo básico y de nivel descriptivo. Tipo de estudio básico porque tiene como objetivo incrementar los conocimientos científicos <sup>87</sup>. Descriptivo porque busca especificar cualidades importantes de un grupo de personas <sup>88</sup>.

### **4.2. Diseño de estudio**

El diseño del estudio correspondió a un estudio no experimental, observacional y transversal. Observacional y no experimental porque no se alteró la variable a estudiar, transversal porque solo se recogió información en un solo momento con fines específicos para la actual investigación y futuros estudios relacionados al tema <sup>89,90</sup>.

### **4.3. Población**

#### **4.3.1. Población**

La presente investigación incluyó a todos los estudiantes de segundo a sexto año de la Facultad de Odontología de la UNMSM durante el año 2022. No se realizó un muestreo porque se requiere recolectar los datos de la mayoría de estudiantes para evitar el sesgo de información. Además, el tamaño total de la población es accesible para el presente estudio.

#### **4.3.2. Criterios de inclusión**

Estudiantes matriculados en el periodo académico 2022-2 de la Facultad de Odontología de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

Estudiantes del segundo a sexto año de la Facultad de Odontología de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

Estudiantes que tengan una participación activa en redes sociales.

#### **4.3.3. Criterios de exclusión**

Estudiantes no matriculados en el periodo académico 2022-2 de la Facultad de Odontología de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

Estudiantes del primer año de la Facultad de Odontología de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

Estudiantes sin ninguna cuenta en alguna red social.

#### **4.4. Procedimientos y técnica**

Esta investigación utilizó como método de recolección de datos la encuesta, empleando un cuestionario elaborado por Andrade, *et al*<sup>11</sup>, validado mediante juicio de expertos que evaluaron la pertinencia de preguntas y la calidad del texto, además también se realizó una prueba piloto con el cuestionario para garantizar la comprensión del mismo.

Este cuestionario se dividió en una parte que fue llenada por los estudiantes y otra por el investigador.

Se procedió a encuestar a los estudiantes informándoles acerca del proyecto en la Facultad de Odontología de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

El primer ítem consta de un consentimiento informado en el cual voluntariamente expresó su deseo de participar del estudio antes de llenar cualquier dato en el cuestionario.

Se dio un lapso de 15 minutos para responder los cuestionarios a los estudiantes, y después se llenó la lista de cotejo del cuestionario, destinada para el investigador, donde se contrastaron algunos datos que se observaron en las mismas redes sociales de los estudiantes.

#### **4.5. Procesamiento de datos**

Para el análisis descriptivo de las variables numéricas, se realizó el cálculo de la mediana y rango intercuartílico, previa evaluación de la normalidad. Para las variables categóricas se realizó el cálculo de las frecuencias absolutas y relativas en tablas simples y tetracóricas. Para la estadística bivariada, en el cruce de variables categóricas se empleó la prueba chi-cuadrado de independencia o Test exacto de Fisher dependiendo de los supuestos de la regla de Cochran. También, se emplearon las pruebas U-Mann Whitney y Kruskal Wallis para determinar la asociación entre variables numéricas y categóricas. Se consideraron los valores de  $p < 0,05$  para determinar las relaciones significativas. Los datos se analizaron con el software STATA versión 14.1.

#### **4.6. Consideraciones éticas**

Se respetó la participación voluntaria de los estudiantes dando su consentimiento informado y se mantendrá la confidencialidad de los datos personales brindados por los participantes del estudio, manejando la información de forma anónima en la divulgación de los resultados del estudio. Se tuvo respeto por la autoría de las fuentes utilizadas en la redacción de la investigación, aplicándose a ésta, las normas de Vancouver.

## V. RESULTADOS

El presente estudio tuvo una participación de 190 alumnos de la Facultad de Odontología de la UNMSM en el periodo académico 2022, siendo predominante los estudiantes de sexo femenino (57,4%), la mediana de edad fue de 22 años, la región Costa es de donde proceden la mayoría de alumnos (92,6%) y están cursando en mayor porcentaje el tercer año académico de la facultad (33,2%). (Tabla 1).

**Tabla 1.** Características generales de los estudiantes de Odontología de la UNMSM (n=190)

Variable	n	%
Sexo		
Femenino	109	57,4
Masculino	81	42,6
Edad*		
	22(21-23.5)	
Región†		
Costa	175	92,6
Sierra	13	6,9
Selva	1	0,5
Año académico		
Segundo	38	20,0
Tercero	63	33,2
Cuarto	51	26,8
Quinto	17	8,9
Sexto	21	11,1

\* Mediana (rango intercuartílico)

†Algunas variables pueden sumar menos de 190 por valores perdidos

Se encontró en el estudio que la mayoría de los estudiantes sí usa redes sociales (98,9%). Sin encontrar diferencias significativas entre el sexo, edad, departamento o año académico. (Tabla 2)

**Tabla 2.** Uso de redes sociales en los estudiantes de Odontología de la UNMSM (n=190)

Variable	n	%	Asociación con variables sociodemográficas (p)			
			Sexo	Edad	Departamento	Año académico
Uso de redes sociales						
No	2	1,1	0,184*	0,888 <sup>a</sup>	0,785*	0,678*
Sí	184	98,9				

\* Test exacto de Fisher

<sup>a</sup> U Man Whitney

Se halló que la red social más utilizada fue la de WhatsApp (98,9%), siguiéndole Facebook (88,8%), después Instagram (85%), continuando con Tik Tok (60,9%) y por último Twitter (26,2%). Además, se encontró que las redes sociales con mayor frecuencia de uso denominado como “siempre” fueron las de WhatsApp (90,9%) e Instagram (28,9%) y las de menor frecuencia fueron Tik Tok (20,3%) y Twitter (8,4%). (Tabla 3).

**Tabla 3.** Características generales del uso de redes sociales en los estudiantes de Odontología de la UNMSM (n=190)

Características	Redes sociales									
	Facebook		Instagram		Twitter		WhatsApp		Tik Tok	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
¿Cuál de estas redes sociales utiliza?	166	88,8	159	85,0	49	26,2	185	98,9	114	60,9
¿Con qué frecuencia utiliza estas redes?										
Nunca	6	3,2	19	10,4	100	64,9	0	0,0	41	23,8
A veces	84	45,9	51	27,9	29	18,8	1	0,5	53	30,8
Casi siempre	51	27,9	60	32,8	12	7,8	16	8,6	43	25,0
Siempre	42	22,9	53	28,9	13	8,4	169	90,9	35	20,3
¿Su perfil en las redes sociales es?										
Público	83	45,1	60	33,2	33	24,4	59	31,9	38	23,2
Privado	97	52,7	107	59,1	30	22,2	102	55,1	82	50,0
No aplica	4	2,2	14	7,7	72	53,3	24	13,0	44	26,8

Se observó que la frecuencia de la utilización de Facebook recayó en mayor porcentaje en el término “A veces” (84%). También se encontró que el 52,7% de perfiles de Facebook son privados y el 45,1% públicos. Además, se encontró que existe diferencias significativas en el uso de redes sociales respecto al sexo ( $p=0,020$ ), también entre la frecuencia de la utilización de redes sociales con el sexo ( $p=0,038$ ) y el año académico ( $p=0,003$ ) y del departamento de procedencia con la privacidad del perfil ( $p=0,001$ ). (Tabla 4).

**Tabla 4.** Asociación entre las variables sociodemográficas y el uso de Facebook en estudiantes de Odontología de la UNMSM ( $n=190$ )

	Facebook		Asociación con variables sociodemográficas ( $p$ )			
	n	%	Sexo	Edad	Departamento	Año académico
¿Cuál de estas redes sociales utiliza?	166	88,8	0,020**	0,996 <sup>a</sup>	0,847*	0,097*
¿Con qué frecuencia utiliza estas redes?						
Nunca	6	3,2				
A veces	84	45,9	0,038*	0,032 <sup>b</sup>	0,320*	0,003*
Casi siempre	51	27,9				
Siempre	42	22,9				
¿Su perfil en las redes sociales es?						
Público	83	45,1				
Privado	97	52,7	0,949*	0,622 <sup>b</sup>	<0,001*	0,267*
No aplica	4	2,2				

\* Test exacto de Fisher

\*\* Chi-cuadrado de independencia

a U Man Whitney

b Kruskal Wallis

Se encontró que la frecuencia de la utilización de Instagram recayó en mayor porcentaje en el término “Casi siempre” (32,8%). También se encontró que el 59,1% de perfiles de Instagram son privados y el 33,2% son públicos. Además, se encontró que existe diferencias significativas respecto a la frecuencia de la utilización de redes sociales con el sexo ( $p=0,037$ ). (Tabla 5).

**Tabla 5.** Asociación entre las variables sociodemográficas y el uso de Instagram en estudiantes de Odontología de la UNMSM (n=190)

	Instagram		Asociación con variables sociodemográficas ( <i>p</i> )			
	n	%	Sexo	Edad	Departamento	Año académico
¿Cuál de estas redes sociales utiliza?	159	85,0	0,096**	0,998 <sup>a</sup>	0,917*	0,884*
¿Con qué frecuencia utiliza estas redes?						
Nunca	19	10,4				
A veces	51	27,9	0,037*	0,472 <sup>b</sup>	0,801*	0,213*
Casi siempre	60	32,8				
Siempre	53	28,9				
¿Su perfil en las redes sociales es?						
Público	60	33,2				
Privado	107	59,1	0,084*	0,949 <sup>b</sup>	0,182*	0,954*
No aplica	14	7,7				

\* Test exacto de Fisher

\*\* Chi-cuadrado de independencia

<sup>a</sup> U Man Whitney

<sup>b</sup> Kruskal Wallis

Se halló que la frecuencia de la utilización de Twitter recayó en mayor porcentaje en el término “Nunca” (64,9%). También se encontró que el 22,2% de perfiles de Twitter son privados y el 24,4% son públicos. Además, se encontró que existe diferencias significativas entre la frecuencia de la utilización de redes sociales con el año académico ( $p=0,004$ ). (Tabla 6).

**Tabla 6.** Asociación entre las variables sociodemográficas y el uso de Twitter en estudiantes de Odontología de la UNMSM (n=190)

	Twitter		Asociación con variables sociodemográficas ( <i>p</i> )			
	n	%	Sexo	Edad	Departamento	Año académico
¿Cuál de estas redes sociales utiliza?	49	26,2	0,175**	0,721 <sup>a</sup>	0,452*	0,059*
¿Con qué frecuencia utiliza estas redes?						
Nunca	100	64,9				
A veces	29	18,8	0,114*	0,879 <sup>b</sup>	0,811*	0,004*
Casi siempre	12	7,8				
Siempre	13	8,4				
¿Su perfil en las redes sociales es?						
Público	33	24,4				
Privado	30	22,2	0,573*	0,786 <sup>b</sup>	0,671*	0,713*
No aplica	72	53,3				

\* Test exacto de Fisher  
 \*\* Chi-cuadrado de independencia  
 a U Man Whitney  
 b Kruskal Wallis

Se determinó que la frecuencia de la utilización de WhatsApp recayó en mayor porcentaje en el término “Siempre” (90,9%). También se encontró que el 55,1% de perfiles de WhatsApp son privados y el 31,9% son públicos. Además, se encontró que existe diferencias significativas con respecto a la privacidad de las redes sociales con el sexo ( $p=0,048$ ). (Tabla 7).

**Tabla 7.** Asociación entre las variables sociodemográficas y el uso de WhatsApp en estudiantes de Odontología de la UNMSM (n=190)

	WhatsApp		Asociación con variables sociodemográficas ( $p$ )			
	n	%	Sexo	Edad	Departamento	Año académico
¿Cuál de estas redes sociales utiliza?	185	98,9	0,836**	1,000 <sup>a</sup>	0,612*	0,815*
¿Con qué frecuencia utiliza estas redes?						
Nunca	0	0,0				
A veces	1	0,5	0,502*	0,988 <sup>b</sup>	0,188*	0,231*
Casi siempre	16	8,6				
Siempre	169	90,9				
¿Su perfil en las redes sociales es?						
Público	59	31,9				
Privado	102	55,1	0,048*	0,436 <sup>b</sup>	0,931*	0,800*
No aplica	24	13,0				

\* Test exacto de Fisher  
 \*\* Chi-cuadrado de independencia  
 a U Man Whitney  
 b Kruskal Wallis

Se halló que la frecuencia de la utilización de Tik Tok recayó en mayor porcentaje en el término “A veces” (30,8%). También se encontró que el 50,0% de perfiles de Tik Tok son privados y el 23,2% son públicos. (Tabla 8).

**Tabla 8.** Asociación entre las variables sociodemográficas y el uso de Tik Tok en estudiantes de Odontología de la UNMSM (n=190)

	Tik Tok		Asociación con variables sociodemográficas ( <i>p</i> )			
	n	%	Sexo	Edad	Departamento	Año académico
¿Cuál de estas redes sociales utiliza?	114	60,9	0,401**	0,864 <sup>a</sup>	0,679*	0,391*
¿Con qué frecuencia utiliza estas redes?						
Nunca	41	23,8				
A veces	53	30,8	0,636*	0,574 <sup>b</sup>	0,653*	0,873*
Casi siempre	43	25,0				
Siempre	35	20,3				
¿Su perfil en las redes sociales es?						
Público	38	23,2				
Privado	82	50,0	0,533*	0,154 <sup>b</sup>	0,559*	0,645*
No aplica	44	26,8				

\* Test exacto de Fisher

\*\* Chi-cuadrado de independencia

a U Man Whitney

b Kruskal Wallis

Los estudiantes de la facultad de odontología manifestaron que el principal uso que le dan a las redes sociales era el uso social (77,9%), la principal motivación para haberse creado una cuenta en sus redes sociales fue por influencia de sus amigos u otras personas (37,4%), la principal motivación para subir contenido a sus redes sociales era por satisfacción personal (73,3%), la frecuencia con la que suben contenidos es mayormente cada tres o seis meses (46,5%), la principal forma por la que aprendieron a utilizar las redes sociales fueron por manejo propio y exploración (87,8%), el tiempo aproximado predominante que le dedican a consultar o publicar en las redes sociales al día era menor a 6 horas (77,7%), el horario de uso más frecuente es en la tarde (47,8%) y el contenido que más publican en redes sociales es el de videos y fotos personales (39,6%); y de memes (32,9%). (Tabla 9).

**Tabla 9.** Características particulares del uso de redes sociales en los estudiantes de Odontología de la UNMSM (n=190)

Características en el uso de redes sociales	n	%	Asociación con variables sociodemográficas (p)			
			Sexo	Edad	Departamento	Año académico
¿Cuál es principal uso que le da a las redes sociales?						
Dar educación	1	0,9				
Recibir educación	18	16,5				
Social (compartir fotos, videos e historias de mi vida)	85	77,9				
Comunicación interprofesional	4	3,7	0,706*	0,991 <sup>b</sup>	0,363*	0,238*
Buscar pacientes	1	0,9				
Mostrar lo que hago a mis pacientes	0	0,0				
Ganar dinero / generar ingresos	0	0,0				
Publicidad para otras personas o empresas	0	0,0				
¿Quién o cuál fue su principal motivación para crearse una cuenta en redes sociales?						
Por influencia de mis amigos u otros	65	37,4				
Por influencia de mis familiares	7	4,0				
Por influencia de profesores	3	1,7				
Por mí mismo	63	36,2				
Por un juego o reto	5	2,9	0,059*	0,095 <sup>b</sup>	0,209*	0,158*
Por mi necesidad académica o profesional	10	5,8				
Conseguir seguidores	0	0,0				
Hace parte de mi vida social	21	12,1				
Hace parte de mi vida laboral	0	0,0				
¿Cuál es su principal motivación para subir contenidos a las redes sociales?						
Para informar	33	18,3				
Obtener "me gusta"	9	5,0				
Satisfacción personal	132	73,3	0,084*	0,246 <sup>b</sup>	0,485*	0,773*
Tener más seguidores	3	1,7				
Ganar dinero	3	1,7				
¿Con qué frecuencia sube contenidos a sus redes?						
Cada tres o seis meses	87	46,5				
Mensual	46	24,6				
Semanal	36	19,3	0,099*	0,253 <sup>b</sup>	0,197*	0,301*
Diario	14	7,5				
Varias veces al día	4	2,1				
¿Cuál es la principal forma por la que aprendió a utilizar las redes sociales?						
Por manejo propio y exploración	166	87,8	0,099*	0,878 <sup>b</sup>	0,197*	0,301*
Por ayuda de amigos	8	4,2				

Por ayuda de familiares	4	2,1				
Por ayuda de un profesor	0	0,0				
Por haber recibido capacitación en cursos u otros	1	0,5				
Por autoaprendizaje a través de videos y manuales	10	5,3				
¿Cuánto tiempo aproximadamente le dedica a consultar o publicar en las redes sociales al día?						
< 6 horas	144	77,0				
6 horas	26	13,9	0,189*	0,803 <sup>b</sup>	0,361*	0,737*
8 horas	6	3,2				
> 8 horas	11	5,9				
¿Cuál es el horario de uso más frecuente?						
Mañana	1	0,6				
Noche	30	16,5	0,546*	0,913 <sup>b</sup>	0,176*	0,899*
Tarde	87	47,8				
En cualquier momento	64	35,2				
¿Cuál es el contenido que más publica en redes sociales?						
Artículos o noticias	11	7,4				
Comercial/Empresas propias	0	0,0				
Videos y fotos personales	59	39,6				
Revistas científicas	0	0,0				
Ventas por catálogos	1	0,7				
Memes	49	32,9				
Libros	2	1,3	0,144*	0,885 <sup>b</sup>	0,073*	0,341*
Páginas web de interés general	3	2,0				
Historias personales	12	8,1				
Enlaces académicos	1	0,7				
Contenido profesional	5	3,4				
Actividades académicas	5	3,4				
Actividades académicas que incluyen pacientes	1	0,7				

\* Test exacto de Fisher

<sup>b</sup> Kruskal Wallis

En la presente investigación se determinó la frecuencia con la que se realizan diversas actividades en las redes sociales, siendo las de mayor preponderancia los términos de “A veces” en cuanto a la publicación de sus estados de ánimo, fotos y videos (63,2%), “Casi siempre” en cuanto a informarse acerca de novedades que pasan en el mundo (55,8%), “Casi

siempre” en cuanto a informarse de las actividades que realizan sus contactos (42,6%), “A veces” en cuanto a compartir información de internet (textos, enlaces, videos) a través de sus muros de redes sociales (57,9%), “A veces” en cuanto a interactuar en las redes sociales a través de “Me gusta” o “Likes” (53,2%), “A veces” en cuanto a chatear con contactos que no son de la universidad (50,0%), “Nunca” en cuanto a participar en juegos en línea a través de una red social (51,1%), “A veces” en cuanto a participar en “Grupos en la red social” sobre diversos temas que les interese (43,2%), “A veces” en cuanto a revisar las redes y publicar antes de dormir (55,3%) y “Nunca” en cuanto a revisar las redes y publicar al levantarse (48,9%). (Tabla 10).

Por otro lado, se halló diferencias significativas respecto a la publicación de información de estado de ánimo, fotos y videos con el sexo ( $p=0,025$ ), entre el interactuar a través de “Me gusta” o “Likes” con la edad ( $p=0,046$ ), entre el chatear con contactos que no son de la universidad con el sexo ( $p=0,006$ ) y la edad ( $p=0,041$ ), entre el participar en juegos en línea con el sexo ( $p=0,001$ ), entre el participar en “grupos en la red social” sobre temas de interés con el sexo ( $p=0,001$ ) y entre el revisar las redes y publicar al levantarse con el sexo ( $p=0,022$ ). (Tabla 10).

**Tabla 10.** Frecuencia de actividades durante el uso de redes sociales en los estudiantes de Odontología de la UNMSM (n=190)

¿Con qué frecuencia realiza las siguientes actividades en redes sociales?	Respuestas								Asociación con variables sociodemográficas (p)			
	Nunca		A veces		Casi siempre		Siempre		Sexo	Edad	Departamento	Año académico
	n	%	n	%	n	%	n	%				
Publico información de mi estado de ánimo, fotos, videos, etc.	38	20,0	120	63,2	30	15,8	2	1,1	0,025*	0,766 <sup>b</sup>	0,648*	0,312*
Me informo de las novedades que pasan en el mundo.	2	1,1	40	21,1	106	55,8	42	22,1	0,825*	0,776 <sup>b</sup>	0,961*	0,057*
Me informo de las actividades que realizan mis contactos.	3	1,6	77	40,5	81	42,6	29	15,3	0,216*	0,079 <sup>b</sup>	0,488*	0,850*
Comparto información de Internet (textos, enlaces, videos) a través del muro de redes sociales.	32	16,8	110	57,9	39	20,5	9	4,7	0,522*	0,889 <sup>b</sup>	0,680*	0,414*
Me intereso por la información que visualizo en las red social a través de "Me gusta" o "Likes".	22	11,6	101	53,2	55	28,9	12	6,3	0,642*	0,046 <sup>b</sup>	0,595*	0,782*
Comento la información que visualizo en la red social.	54	28,4	108	56,8	26	13,7	2	1,1	0,127*	0,916 <sup>b</sup>	0,882*	0,123*
Chateo con contactos que no son de la universidad.	28	14,9	94	50,0	46	24,5	20	10,6	0,006*	0,041 <sup>b</sup>	0,764*	0,397*
Participo de juegos en línea a través de la red social.	97	51,1	59	31,1	21	11,1	10	5,3	<0,001*	0,656 <sup>b</sup>	0,336*	0,425*
Participo de "Grupos en la red social" sobre diversos temas que me interesan.	52	27,4	82	43,2	44	23,2	10	5,3	<0,001*	0,418 <sup>b</sup>	0,945*	0,772*
Revisa sus redes y publica antes de dormir.	47	24,7	105	55,3	30	15,8	7	3,7	0,419*	0,988 <sup>b</sup>	0,573*	0,131*
Revisa sus redes y publica al levantarse.	93	48,9	79	41,6	15	7,9	2	1,1	0,022*	0,740 <sup>b</sup>	0,436*	0,184*

\* Test exacto de Fisher

<sup>b</sup> Kruskal Wallis

En la presente investigación se encontró la frecuencia con la que se cumplen distintas normas de comportamiento en las redes sociales, siendo las de mayor preponderancia, los términos de “Siempre” en cuanto a la lectura y respeto de las normas de uso de la red social (46,6%), “Nunca” en cuanto a la publicación de contenido sobre sus pacientes (76,2%), “Nunca” en cuanto a reflexionar sobre la información que exponen de sus pacientes y asegurarse que no les importe (35,8%), “Siempre” en cuanto a solicitar permiso antes de subir una foto o video donde se involucre otras personas (40,9%), “Siempre” en cuanto a preguntar si se puede publicar información que se le ha enviado de manera privada (53,4%), “Casi siempre” en cuanto a comunicar a los demás el respeto a su privacidad e intimidad (39,7%), “Casi siempre” en cuanto a conservar una actitud pacífica cuando los molestan por una red social (39,7%), “Siempre” en cuanto a ayudar a crear un ambiente cordial en la red social, siendo amable, educado y respetuoso (48,4%) y “Siempre” en cuanto a asegurarse que su comportamiento mantenga la confidencialidad de sus pacientes (55,1%).

Así mismo, se halló diferencias significativas respecto a la lectura y respeto de las normas de uso de una red social con el sexo ( $p=0,038$ ), entre el ayudar a crear un ambiente cordial en la red social con el sexo ( $p=0,031$ ) y entre el asegurarse de que se mantenga la confidencialidad de sus pacientes con el año académico ( $p=0,020$ ). (Tabla 11).

**Tabla 11.** Frecuencia de las normas de comportamiento durante el uso de redes sociales en los estudiantes de Odontología de la UNMSM (n=190)

¿Con qué frecuencia cumple las siguientes normas de comportamiento?	Respuestas								Asociación con variables sociodemográficas (p)			
	Nunca		A veces		Casi siempre		Siempre		Sexo	Edad	Departamento	Año académico
	n	%	n	%	n	%	n	%				
¿Lee y respeta las normas de uso de la red social?	10	5,3	33	17,5	58	30,7	88	46,6	0,038*	0,714 <sup>b</sup>	0,154*	0,305*
¿Ha publicado contenido sobre sus pacientes?	144	76,2	34	17,9	8	4,2	3	1,6	0,167*	0,739 <sup>b</sup>	0,376*	0,211*
Reflexiona sobre la información que expone de sus pacientes y se asegura que no les importa	67	35,8	23	12,3	47	25,1	50	26,7	0,213*	0,440 <sup>b</sup>	0,384*	0,405*
Solicita permiso antes de subir una foto o video donde involucre a otras personas	19	10,1	39	20,7	53	28,2	77	40,9	0,281*	0,865 <sup>b</sup>	0,627*	0,948*
¿Pregunta si puede publicar información que le han enviado de manera privada?	14	7,4	28	14,8	46	24,3	101	53,4	0,254*	0,871 <sup>b</sup>	1,000*	0,794*
Comunica a los demás el respeto a su privacidad e intimidad	10	5,3	32	16	75	39,7	72	38,1	0,079*	0,621 <sup>b</sup>	0,897*	0,718*
Conserva una actitud pacífica cuando lo molestan por una red social	10	5,3	32	16	75	39,7	72	38,1	0,090*	0,392 <sup>b</sup>	0,625*	0,060*
Ayuda a crear un ambiente amigable en la red social, siendo amable, educado y respetuoso	5	2,7	22	11,7	70	37,2	91	48,4	0,031*	0,599 <sup>b</sup>	0,411*	0,488*
¿Se asegura de que su comportamiento mantenga la confidencialidad de sus pacientes?	16	8,6	17	9,1	51	27,3	103	55,1	0,136*	0,797 <sup>b</sup>	0,271*	0,020*

\* Test exacto de Fisher

<sup>b</sup> Kruskal Wallis

Se observó que se usa con mayor frecuencia como identidad digital el nombre real del usuario siendo utilizado así en Facebook por el 96,7% de estudiantes, en Instagram el 82,3%, en Twitter el 59,3%, en WhatsApp el 93,9% y en Tik Tok el 66,2%. (Tabla 12).

**Tabla 12.** Identidad digital en el uso de redes sociales en los estudiantes de Odontología de la UNMSM (n=190)

¿Qué identidad digital ha utilizado para registrarse en su red perfil de red social?	Facebook		Instagram		Twitter		WhatsApp		Tik Tok	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Nombre real	178	96,7	139	82,3	48	59,3	171	93,9	86	66,2
Pseudónimo	5	2,7	30	17,8	30	37,0	10	5,5	42	32,3
Nombre de otra persona	1	0,5	0	0,0	3	3,7	1	0,6	2	1,5

Se halló que en Facebook utilizan como identidad digital su nombre real el 96,7% de estudiantes, su pseudónimo el 2,7% y el nombre de otra persona el 0,5%. (Tabla 13).

**Tabla 13.** Asociación entre las variables sociodemográficas y la identidad digital durante el uso de Facebook en los estudiantes de Odontología de la UNMSM (n=190)

¿Qué identidad digital ha utilizado para registrarse en su red perfil de red social?	Facebook		Asociación con variables sociodemográficas (p)			
	n	%	Sexo	Edad	Departamento	Año académico
Nombre real	178	96,7				
Pseudónimo	5	2,7	0,373*	0,602 <sup>b</sup>	0,180*	0,828*
Nombre de otra persona	1	0,5				

\* Test exacto de Fisher

<sup>b</sup> Kruskal Wallis

Se halló que en Instagram utilizan como identidad digital su nombre real el 82,3% de estudiantes, su pseudónimo el 17,8% y el nombre de otra persona el 0%. (Tabla 14).

**Tabla 14.** Asociación entre las variables sociodemográficas y la identidad digital durante el uso de Instagram en los estudiantes de Odontología de la UNMSM (n=190)

¿Qué identidad digital ha utilizado para registrarse en su red perfil de red social?	Instagram		Asociación con variables sociodemográficas (p)			
	n	%	Sexo	Edad	Departamento	Año académico
Nombre real	139	82,3				
Pseudónimo	30	17,8	0,872*	0,987 <sub>b</sub>	0,751*	0,345*
Nombre de otra persona	0	0,0				

\* Test exacto de Fisher

b Kruskal Wallis

Se halló que en Twitter utilizan como identidad digital su nombre real el 59,3% de estudiantes, su pseudónimo el 37,0% y el nombre de otra persona el 3,7%. También se encontró diferencia significativa entre el tipo de identidad digital en Twitter con el año académico (p=0,045). (Tabla 15).

**Tabla 15.** Asociación entre las variables sociodemográficas y la identidad digital durante el uso de Twitter en los estudiantes de Odontología de la UNMSM (n=190)

¿Qué identidad digital ha utilizado para registrarse en su red perfil de red social?	Twitter		Asociación con variables sociodemográficas (p)			
	n	%	Sexo	Edad	Departamento	Año académico
Nombre real	48	59,3				
Pseudónimo	30	37,0	0,735*	0,950 <sub>b</sub>	0,167*	0,045*
Nombre de otra persona	3	3,7				

\* Test exacto de Fisher

b Kruskal Wallis

Se halló que en WhatsApp utilizan como identidad digital su nombre real el 93,9% de estudiantes, su pseudónimo el 5,5% y el nombre de otra persona el 0,6%. También se encontró diferencia significativa entre el tipo de identidad digital en WhatsApp con el departamento de procedencia (p=0,008). (Tabla 16).

**Tabla 16.** Asociación entre las variables sociodemográficas y la identidad digital durante el uso de WhatsApp en los estudiantes de Odontología de la UNMSM (n=190)

¿Qué identidad digital ha utilizado para registrarse en su red perfil de red social?	WhatsApp		Asociación con variables sociodemográficas (p)			
	n	%	Sexo	Edad	Departamento	Año académico
Nombre real	171	93,9				
Pseudónimo	10	5,5	0,265*	0,999 <sup>b</sup>	0,008*	0,379*
Nombre de otra persona	1	0,6				

\* Test exacto de Fisher

<sup>b</sup> Kruskal Wallis

Se halló que en Tik Tok utilizan como identidad digital su nombre real el 66,2% de estudiantes, su pseudónimo el 32,3% y el nombre de otra persona el 1,5%. También se encontró diferencia significativa entre el tipo de identidad digital en WhatsApp con el sexo ( $p=0,088$ ) y el año académico ( $p=0,037$ ). (Tabla 17).

**Tabla 17.** Asociación entre las variables sociodemográficas y la identidad digital durante el uso de Tik Tok en los estudiantes de Odontología de la UNMSM (n=190)

¿Qué identidad digital ha utilizado para registrarse en su red perfil de red social?	Tik Tok		Asociación con variables sociodemográficas (p)			
	n	%	Sexo	Edad	Departamento	Año académico
Nombre real	86	66,2				
Pseudónimo	42	32,3	0,088*	0,610 <sup>b</sup>	0,417*	0,037*
Nombre de otra persona	2	1,5				

\* Test exacto de Fisher

<sup>b</sup> Kruskal Wallis

Se encontró respecto a la confidencialidad en el uso de redes sociales que el 89,4% de estudiantes sabe que es información sensible, que el 85,2% no ha publicado contenido sobre sus pacientes, encontrándose una diferencia significativa respecto al año académico ( $p=0,001$ ), que el 82,3% conoce el riesgo de publicar información sobre sus pacientes en redes sociales, que el 56,15% no sabe si en el consentimiento informado de la historia clínica se

autoriza la publicación de contenido audiovisual sobre el procedimiento a realizar, encontrándose una diferencia significativa respecto al año académico ( $p=0,037$ ), que el 95,7% mantiene protegida la información personal del paciente, encontrándose una diferencia significativa respecto al año académico ( $p=0,0016$ ), que solo el 53,2% ha revisado las políticas de uso de las redes sociales, encontrándose una diferencia significativa respecto a la edad, que el 63,0% no sabe el lugar en que se guardan los datos e información que comparte y que el 53,2% no conoce el sitio para realizar reclamos en sus redes sociales. (Tabla 18).

**Tabla 18.** Confidencialidad durante el uso de redes sociales en los estudiantes de Odontología de la UNMSM (n=190)

Confidencialidad en el uso de redes sociales	Respuestas				Asociación con variables sociodemográficas ( $p$ )			
	Sí		No		Sexo	Edad	Departamento	Año académico
	n	%	n	%				
¿Sabe qué es información sensible?	168	89,4	20	10,6	0,768*	0,485 <sup>a</sup>	0,572*	0,968*
¿Ha publicado contenido sobre sus pacientes?	28	14,8	161	85,2	0,408**	0,794 <sup>a</sup>	0,463*	<0,001*
¿Conoce los riesgos de publicar información sobre sus pacientes en redes sociales?	153	82,3	33	17,7	0,216*	0,919 <sup>a</sup>	0,448*	0,166*
¿Sabe usted si en el consentimiento informado de la historia clínica, se autoriza al estudiante la publicación de contenido multimedia acerca del procedimiento a realizar?	83	43,9	106	56,1	0,472**	0,249 <sup>a</sup>	0,420*	0,037*
¿Mantiene usted protegida la información personal del paciente?	179	95,7	8	4,3	0,734*	0,197 <sup>a</sup>	0,302*	0,016*
¿Ha leído las políticas de uso de las redes sociales?	100	53,2	88	46,8	0,749*	0,021 <sup>a</sup>	0,915*	0,318*
¿Sabe en qué lugar se archivan los datos e información que comparte?	70	37,0	119	63,0	0,128**	0,205 <sup>a</sup>	0,695*	0,142*
¿Conoce el sitio para hacer reclamaciones en sus redes sociales?	88	46,8	100	53,2	0,363**	0,654 <sup>a</sup>	0,382*	0,925*

\* Test exacto de Fisher

\*\* Chi-cuadrado de independencia

<sup>a</sup> U Man Whitney

Desde la perspectiva del investigador respecto al uso de las redes sociales de los estudiantes se evidenció que el 98,4% no se presenta como profesional, que el 81,3% tampoco se presenta como estudiante, solo el 51,2% presenta contenido profesional, en el 51,2% de perfiles suben contenido profesional confiable, el 44,7% no publica contenido profesional durante el día, el 80,5% no publica fotos con sus pacientes, el 76,4% no publica fotos o videos de sus pacientes, el 13% no protege la identidad de los pacientes siendo mayor a la cantidad de estudiantes que sí protegen la identidad la cual es del 10,6%, el 13,8% publica fotografías de pacientes evidentemente menores de edad, el 13,8% no mantiene protegida la información del paciente siendo mayor a la cantidad de estudiantes que sí protegen la información del paciente la cual es del 10,6%, el 75,5% no menciona la autorización del paciente al subir contenido a las redes sociales, el 41,5% muestra fotos y videos que evidencian un trabajo profesional íntegro, el 51,2% muestra respeto por la profesión, el 53,7% muestra respeto por la universidad y la facultad y el 53,7% respeta la identidad de las personas que aparecen en sus fotos o videos. (Tabla 19).

Se encontró diferencia significativa entre la publicación de fotografías de menores de edad respecto al sexo ( $p=0,033$ ), entre la publicación de fotos y videos que evidencian trabajo profesional íntegro respecto al sexo ( $p=0,029$ ) y entre el respeto a la identidad de las personas que aparecen en sus fotos o videos y el sexo ( $p=0,017$ ). (Tabla 19).

**Tabla 19.** Uso de redes sociales en los estudiantes de Odontología de la UNMSM desde la perspectiva del investigador (n=190)

Uso de redes sociales desde la perspectiva de investigador	Respuestas de participantes						Asociación con variables sociodemográficas (p)			
	Sí		No		No aplica		Sexo	Edad	Departamento	Año académico
	n	%	n	%	n	%				
¿El perfil social se presenta como profesional?	1	0,8	123	98,4	0	0,0	0,146*	0,966 <sup>b</sup>	1,000*	0,878*
¿En el perfil se presenta como estudiante?	23	18,7	100	81,3	0	0,0	0,633*	0,539 <sup>b</sup>	1,000*	0,499*
¿Publica contenido de tipo profesional?	63	51,2	60	48,8	0	0,0	0,198*	0,435 <sup>b</sup>	0,201*	0,992*
¿Las fuentes de su contenido profesional publicado es confiable?	63	51,2	60	48,8	0	0,0	0,198*	0,672 <sup>b</sup>	0,201*	0,992*
¿Publica contenido profesional constante durante el día?	16	13,0	55	44,7	52	42,8	0,080*	0,673 <sup>b</sup>	0,165*	0,561*
¿Publica fotos con sus pacientes?	24	19,5	99	80,5	0	0,0	0,815*	0,572 <sup>b</sup>	0,206*	0,569*
¿Publica fotos o videos de sus pacientes?	29	23,6	94	76,4	0	0,0	1,000*	0,261 <sup>b</sup>	0,114*	0,250*
¿Protege la identidad de los pacientes?	13	10,6	16	13,0	94	76,4	1,000*	0,235 <sup>b</sup>	0,353*	0,531*
¿Alguna fotografía es de un paciente evidentemente menor de edad?	17	13,8	17	13,8	89	72,4	0,033*	0,159 <sup>b</sup>	0,650*	0,055*
¿Mantiene protegida la información del paciente?	13	10,6	17	13,8	93	76,6	0,950*	0,132 <sup>b</sup>	0,362*	0,625*
¿Al subir contenido a las redes menciona la autorización del paciente?	30	24,4	93	75,6	0	0,0	0,829*	0,137 <sup>b</sup>	0,359*	0,336*
¿Sus fotos y videos evidencian trabajo profesional íntegro? (bioseguridad, ropa y lenguaje)	51	41,5	3	2,4	69	56,1	0,029*	0,773 <sup>b</sup>	0,627*	0,683*
Muestra respeto por la profesión	63	51,2	1	0,8	59	47,9	0,089*	0,867 <sup>b</sup>	0,264*	0,805*
Muestra respeto por la universidad y la facultad	66	53,7	1	0,8	56	45,5	0,038*	0,908 <sup>b</sup>	0,551*	0,705*
¿Respeto la identidad de las personas que aparecen en sus fotos o videos?	66	53,7	17	13,8	40	32,5	0,017*	0,283 <sup>b</sup>	0,474*	0,554*

\* Test exacto de Fisher

<sup>b</sup> Kruskal Wallis

## VI. DISCUSIÓN

En el presente estudio realizado en la Facultad de Odontología de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos se describió la gestión y el comportamiento ético en redes sociales de 190 estudiantes durante el año 2022.

Encontrando que existe un predominante uso de redes sociales en los estudiantes de Odontología de la UNMSM (98,9%) similar a lo hallado en la investigación hecha por Andrade et al. (96,90%).<sup>17</sup>

Se halló también que las redes sociales más utilizadas fueron las de WhatsApp (98,9%), Facebook (88,8%) e Instagram (85%), resultados parecidos a los de Dioses *et al*; donde se encontró que las redes sociales más utilizadas fueron WhatsApp (100%), Instagram (45,22%) y Facebook (35,65%) solo cambiando el orden entre el Instagram y Facebook en comparación a nuestro estudio.<sup>91</sup>

Además, se evidenció que las redes sociales con mayor frecuencia de uso fueron las de WhatsApp (90,9%) e Instagram (28,9%) de manera similar a lo hallado por Andrade *et al*, quien también identificó que las redes sociales con mayor frecuencia de uso fueron las de WhatsApp (92,25%) e Instagram (65,12%).<sup>17</sup>

También se determinó que el principal uso que los estudiantes le dan a las redes sociales es el social, sin embargo, Aboalshamat et al. en su estudio encontró que el buscar información útil era el principal motivo en los estudiantes de odontología de Arabia Saudi, lo que evidencia la falta de

aprovechamiento de las redes sociales como herramienta académica en nuestros estudiantes. <sup>6</sup>

Se halló que la frecuencia con mayor preponderancia para subir contenido a las redes sociales es de cada tres o seis meses y el contenido que más publican en redes sociales es el de video, fotos personales y memes a diferencia del estudio hecho por Andrade *et al*, donde la mayor frecuencia fue semanal y el mayor contenido que se publica es el de Videos, fotos personales y Artículos o noticias, lo que denota una inactividad en la creación y publicación de contenido profesional de nuestros alumnos, debido al desinterés y desconocimiento de la importancia del uso de redes sociales en la profesión odontológica. En ambos casos, la publicación de contenido profesional fue muy bajo.<sup>17,20</sup>

Respecto al desempeño en redes sociales de los estudiantes se determinó la frecuencia con la que se realizan diversas actividades en las redes sociales, siendo las de mayor preponderancia que “A veces” publican información de su estado de ánimo, fotos y videos, “Casi siempre” se informan acerca de novedades que pasan en el mundo, “A veces” comparten información de internet (textos, enlaces, videos) a través de sus muros de redes sociales y “A veces” revisa sus redes y publican antes de dormir, coincidiendo en las frecuencias de estas actividades con el estudio realizado por Andrade *et al*.<sup>17</sup>

Además, se encontró que el 35,8% de estudiantes “Nunca” reflexionan sobre la información que se expone de sus pacientes y el 10,1% “Nunca” solicita permiso para subir una foto o video donde involucre a otras personas, así

también Aboalshamat *et al.* halló que el 28,75% de estudiantes de odontología y odontólogos habían considerado publicar información o fotos de un paciente sin su permiso, esto puede ser ocasionado por desconocimiento de derechos como la privacidad y de conceptos como el consentimiento informado, lo cual puede deberse a que no existe una enseñanza masiva de la ética profesional como lo describe Hwang *et al.* encontrando que solo el 32,1% de estudiantes de higiene dental habían llevado un curso de ética profesional en la universidad. <sup>6,11</sup>

La actitud hacia la confidencialidad fue determinada por los conocimientos y actos que denotan respeto hacia derechos como la privacidad e intimidad, es así que se encontró que el 89,4% sabe lo que es información sensible, pero el 82,3% no conoce el riesgo de publicar información sobre sus pacientes en redes sociales y el 56,1% no sabe si el consentimiento informado de la historia clínica autoriza la publicación de contenido del procedimiento a realizar. Esta falta de conocimiento de los riesgos al publicar información sensible y el mal uso del consentimiento informado puede desencadenar en una violación a la confidencialidad como lo halló Greysen *et al.* en estudiantes de medicina donde el 92% de los participantes del estudio habían vulnerado el derecho a la confidencialidad de la información de los pacientes. <sup>92</sup>

Se describió y verificó a través de los perfiles de las redes sociales de los estudiantes que solo el 51,2% publica contenido profesional y el 48,8% no publica contenido de tipo profesional, que el 13,0% no protege la identidad de los pacientes y que el 75,6% no menciona la autorización del paciente al subir contenido; coincidiendo el gran porcentaje con el estudio de Bahabri y

Zaidan donde el 86% de odontólogos respondió que publicaron fotografías sin la autorización del paciente. <sup>5</sup>

También se pudo observar que el 51,2% muestra respeto por la profesión y el 53,7% muestra respeto por la universidad y la facultad. Resultados congruentes con el estudio de Andrade *et al* quien halló que el 64,42% muestra respeto por la profesión y el 61,54% muestra respeto por la universidad y la facultad. <sup>17</sup>

Se hallaron limitaciones en el estudio al haberse podido obtener algún sesgo de información debido a las diferencias en el número de alumnos por año académico, en la negación de acceso a los perfiles privados, a los datos incompletos y a la falta de sinceridad de los encuestados.

## VII. CONCLUSIONES

- Se observó que, en cuanto al uso de redes sociales, la gran mayoría de estudiantes utiliza redes sociales, siendo las de mayor uso WhatsApp, Facebook e Instagram, además se evidenció que el principal motivo de uso de redes es el social, que la frecuencia para subir contenido es mayormente de tres o seis meses y que la publicación de contenido profesional es muy baja.
- Se evidenció que el desempeño de los estudiantes en sus redes sociales incluye actividades frecuentes como informarse acerca de novedades en el mundo y actividades menos frecuentes como el reflexionar sobre la información que se expone de sus pacientes, además de encontrarse que un grupo de estudiantes nunca piden permiso para subir una foto o video que involucre a otra persona.
- Se encontró que existe una actitud hacia la confidencialidad deficiente al no conocerse los riesgos de la publicación de la información de los pacientes y el contenido del consentimiento informado.
- Se evidenció y verificó una falta de cumplimiento en las normas de comportamiento ético en cuanto a la protección de la identidad de los pacientes y en autorización de los mismos para subir contenido a las redes sociales, pero también hubo el cumplimiento de las normas de comportamiento ético referidas al respeto por la profesión, la universidad y la facultad.

## VIII. RECOMENDACIONES

- Seguir esta línea de investigación para poder tratar los distintos desafíos que ha traído la era digital y dar a conocer los beneficios de una buena gestión de redes sociales.
- Mejorar la vigilancia por parte de las facultades de odontología, para que se cumplan las normas de comportamiento ético en las redes sociales, aplicando estrategias para orientar a los estudiantes y poder resguardar los derechos a la confidencialidad, privacidad e intimidad de los pacientes.
- Promover que los cursos curriculares y extracurriculares de las universidades abarquen también de manera prudente la gestión y ética profesional en las redes sociales, ya que, si bien existen cursos de ética en la malla curricular universitaria, el contenido de los mismos no abarca la ética en las redes sociales.

## IX. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. García C. Conocimientos de ética y bioética del odontólogo en el ámbito de la actividad docente. *Rev Latinoam Bioética*. 2009;9(1):70-5.
2. Matos MS de, Tenório R. Percepção de alunos, professores e usuários acerca da dimensão ética na formação de graduandos de odontologia. *Cien Saude Colet*. 2010;15(suppl 2):3255-64.
3. Camargo FD de, Batista AK, Unfer B. Ética E Moral: Reflexões De Dentistas Do Serviço Público. *Rev Bioética*. 2019;27(2):297-303.
4. Nieminen P, Uma E, Mani SA, John J, Laitala ML, Lappalainen OP. E-Professionalism among Dental Students from Malaysia and Finland. *Int J Environ Res Public Health*. 2022;19(6).
5. Bahabri RH, Zaidan AB. The impact of social media on dental practice promotion and professionalism amongst general dental practitioners and specialists in KSA. *J Taibah Univ Med Sci [Internet]*. 2021;16(3):456-60. Disponible en: <https://doi.org/10.1016/j.jtumed.2020.12.017>
6. Aboalshamat K, Alkiyadi S, Alsach S, Reda R, Alkhadi S, Badeeb A, et al. Attitudes toward social media among practicing dentists and dental students in clinical years in Saudi Arabia. *Open Dent J*. 2019;
7. Cardozo C, Rodríguez E, Lolas F, Quezada A. Ética y Odontología. Una Introducción [Internet]. 1.ª ed. 2006 [citado 28 de junio de 2021]. Disponible en: <https://www.researchgate.net/publication/220022571>
8. Méndez E. Ética odontológica dentro del ejercicio profesional [Internet]. [Guayaquil]: Universidad de Guayaquil; 2014 [citado 2 de julio de 2021].

Disponible en: <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/6222>

9. Araujo-Cuauro JC. Lex artis y dispraxis implicaciones bioéticas y ética biojurídica. *Rev Nac Odontol.* 2019;16(1):1-22.
10. Montenegro UO. Odontología y redes sociales: Desafíos éticos de una nueva forma de comunicación [Internet]. [Santiago de Chile]: Pontificia Universidad Católica de Chile; 2020 [citado 28 de junio de 2021]. Disponible en: <https://repositorio.uc.cl/xmlui/handle/11534/45764>
11. Hwang YS, Jang JH, Kang KH, Kim M, Park JR, Son S, et al. Level of professional ethics awareness and medical ethics competency of dental hygienists and dental hygiene students: The need to add ethics items to the Korean dental hygienist licensing examination. *J Educ Eval Health Prof.* 2020;17.
12. Patrick AC. A review of teaching ethics in the dental curriculum: challenges and future developments. *Eur J Dent Educ.* 2017;21(4):e114-8.
13. Justen M, Pires FS, Warmling CM. Decisión frente a conflictos bioéticos y formación en odontología. *Rev Bioética.* 2021;29(2):334-43.
14. Colegio Odontológico del Perú. Código de Ética y Deontología. 2016.
15. Portero N. Las redes sociales y la COVID-19: herramientas para la infodemia. *Rev del Inst Español Estud Estratégicos.* 2020;1-23.
16. Enciso-Ramirez IA, Gutiérrez-Rojo JF. Redes sociales en ortodoncia. *Tamé.* 2020;9(25):1033-6.
17. Andrade ND, Casseres SV, Jaimes SG, Sanguino LM. Comportamientos éticos relacionados con el uso de redes sociales en estudiantes de séptimo

a decimo semestre de la facultad de odontología de la Universidad Santo Tomás [Internet]. repository.usta.edu.co. [Bucaramanga]: Universidad Santo Tomás; 2020 [citado 1 de julio de 2021]. Disponible en: <https://repository.usta.edu.co/handle/11634/30838>

18. Henry R, Molnar A. Examination of social networking professionalism among dental and dental hygiene students. J Dent Educ [Internet]. noviembre de 2013 [citado 30 de septiembre de 2021];77(11):1425-30. Disponible en: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/24192407/>
19. Gormley M, Collins L, Schofield S, Neville P. Exploring the impact of digital professionalism awareness training on dental undergraduate students. Eur J Dent Educ. 1 de mayo de 2021;25(2):271-81.
20. Arnett MR, Christensen HL, Nelson BA. A school-wide assessment of social media usage by students in a US dental school. Br Dent J. 2014;217(9):531-5.
21. Garbin CAS, Ortega MM, Garbin AJÍ, Saliba TA. O usa das redes sociais na odontologia: uma análise dos aspectos éticos de páginas de clínicas odontológicas. Rev Bras Odontol Leg [Internet]. 29 de marzo de 2018 [citado 2 de julio de 2021];5(1):22-9. Disponible en: <http://www.portalabol.com.br/rbol>
22. Kenny P, Johnson IG. Social media use, attitudes, behaviours and perceptions of online professionalism amongst dental students.
23. Villamizar PJ, Moreno SM, Moreno F. Manejo de las redes sociales electrónicas por parte de los estudiantes de medicina: El caso de la publicación de fotografías de los pacientes y el profesionalismo médico.

- Biomedica. 2016;36(1):140-8.
24. De Melo AH. Social media and dentistry: Ethical and legal aspects. *Dental Press J Orthod*. 2019;24(6):80-9.
  25. Costa ED, Martins LAC, Cral WG, Peroni LV, Freitas DQ, Oliveira ML. Assessment of dentists' behaviour on the use of patients' images. *Eur J Dent Educ*. 2020;24(3):513-7.
  26. Castro J. Ética y Bioética: Límites y alcances. *Rev Bioética Latinoam*. 2016;17:75-96.
  27. Torres Z. Introducción a la ética [Internet]. Colección Teorema. Serie mayor. 2014. 431 p. Disponible en: <https://editorialpatria.com.mx/pdf/files/9786074381481.pdf>
  28. Hardy-Pérez A, Rovelo-Lima J. Moral, ética y bioética. Un punto de vista práctico. *Med e Investig*. 2015;3(1).
  29. Vilchez Y. Ética y moral. Una mirada desde la gerencia pública. *Rev Form Gerenc* [Internet]. 2012;2(1). Disponible en: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/02670836.2016.1231746%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.actamat.2011.03.055%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.msea.2016.02.076%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.msea.2012.06.095%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.ijhydene.2019.11>
  30. Potter V. *Bioethics. The science of survival*. 1970;
  31. Morales J, Nava G, Esquivel J, Díaz L. Principios de ética, bioética y conocimiento del hombre. *Universida. Latinoamérica. Revista de Estudios Latinoamericanos*. Hidalgo; 2011. 292 p.

32. Molina N. La bioética: sus principios y propósitos, para un mundo tecnocientífico, multicultural y diverso. *Rev Colomb Bioética*. 2013;8(2):18.
33. Rojas A, Lara L. ¿Ética, Bioética o Ética Médica? *Rev Chil Enfermedades Respir*. 2014;30(2):91-4.
34. *Encyclopedia of Bioethics*. Macmillan. New York, USA; 2004.
35. Hincapié J, Medina M. *Bioética: teorías y principios*. Instituto. Ciudad de México; 2019. 32 p.
36. Varkey B. Principles of Clinical Ethics and Their Application to Practice. *Med Princ Pract*. 2021;30(1):17-28.
37. Insua JT. Principialismo, bioética personalista y principios de acción en medicina y en servicios de salud. *Pers y Bioética*. 2018;22(2):223-46.
38. Haddad A. Principles of Ethics. En: Erikson J, Paige K, editores. *Ethics in oncology nursing*. Pittsburgh, PA: Oncology Nursing Society Publisher; 2016. p. 1-20.
39. Gómez P. Principios básicos de bioética. *Rev Peru Ginecol y Obstet* [Internet]. 2009;230-3. Disponible en: [https://sisbib.unmsm.edu.pe/BVRevistas/ginecologia/vol55\\_n4/pdf/A03V55N4.pdf](https://sisbib.unmsm.edu.pe/BVRevistas/ginecologia/vol55_n4/pdf/A03V55N4.pdf)
40. Taylor RM. Ethical principles and concepts in medicine. En: Bernat J, Beresford R, editores. *Handbook of Clinical Neurology* [Internet]. 3.<sup>a</sup> ed. Columbus: Elsevier B.V.; 2013. p. 1-9. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.1016/B978-0-444-53501-6.00001-9>
41. Berti B. Los principios de la Bioética. *Prudentia Iuris*. 2015;79:269-80.

42. Siurana J. Los principios de la bioética y el surgimiento de una bioética intercultural. *Veritas*. 2010;22(22):121-57.
43. Suárez-Ponce D, Watanabe-Velásquez R, Zambrano-De la Peña S, Anglas-Machacuay A, Romero-Álvarez V, Montano-Rubín De Celis Y. Bioética, principios y dilemas éticos en Odontología. *Odontol Sanmarquina*. 2017;19(2):50.
44. Ñique-Carbajal C. La ética en la relación odontólogo paciente en el Perú. *KIRU*. 2014;11(2):190-5.
45. Abou R, Spina M, Tosta E. Dimensión ética en la práctica odontológica. Visión personalista. *Acta Bioeth*. 2010;16(2):207-10.
46. Torres-Quintana M, Romo F. Bioética Y Ejercicio Profesional De La Odontología. *Acta Bioeth*. 2006;12(1):65-74.
47. Perea B, Labajo M, Santiago A, Albarrán ME. Responsabilidad profesional en odontología. *Rev Esp Med Leg*. 2013;39(4):149-56.
48. Portillo L. Secreto profesional en el ejercicio de la odontología. Asunción; 2011.
49. Coasaca N, Argota G, Celi L, Campos R, Méndez S. Ética profesional y su concepción responsable para la investigación científica. *Campus*. 2016;21(22):223-34.
50. Ibarra G. Ética y valores profesionales. *Reencuentro*. 2007;(49):43-50.
51. Esparza-Reyes E, Beltrán V, Beltrán P. La obligación de informar y el consentimiento informado en Odontología: una mirada crítica más allá de la regulación normativa. *Acta Bioeth*. 2020;26(2):195-204.

52. Bravo L, Lagos D. Nuevo código de ética profesional odontológica en Chile : Contribución para una relación médico-paciente moderna. *Int J Odontostomat.* 2017;11(4):419-24.
53. Carlos A. Efectividad del plan de capacitación sobre el código de ética y su relación con las demandas más frecuentes en el Colegio Odontológico del Perú. Universidad Nacional Federico Vilareal; 2020.
54. Kuss DJ, Griffiths MD. Online social networking and addiction-A review of the psychological literature. *Int J Environ Res Public Health.* 2011;8(9):3528-52.
55. Amador-Ortíz CM. Influencia de la adicción a las redes sociales en la reprobación escolar de estudiantes de nivel licenciatura. *Rev CienciaUAT [Internet].* 2021;16(1):62-72. Disponible en: <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=fap&AN=151713562&site=eds-live>
56. Ros-Martín M. Evolución de los servicios de redes sociales en internet. *Prof la Inf.* 2009;18(5):552-8.
57. INEI. INEI. *Teconologías de Información y Comunicaciones.* 2013.
58. Flores G, Chancusig J, Cadena J, Guaypatín O, Montaluisa R. La influencia de las redes sociales en los estudiantes universitarios. *Univ Técnica Cotopaxi.* 2017;6-4(56).
59. Condori Y, Mamani K, Mamani-Cachicatari. Adicción a Facebook y procrastinación académica en estudiantes de la Facultad de Ingeniería y Arquitectura de la Universidad Peruana Unión, filial Juliaca. *Rev Investig*

- Univ [Internet]. 2016;5(2):1-6. Disponible en:  
<https://revistas.upeu.edu.pe/index.php/riu/article/download/715/685>
60. Mejía Cruz O. Uso de las redes sociales como medio comercial. Universidad de San Carlos de Guatemala; 2012.
  61. Roa I. Utilización de Instagram como una Herramienta Pedagógica para la Enseñanza de Morfología en Tiempos de COVID-19. *Int J Morphol.* 2021;39(4):1063-7.
  62. Wiśniewska N. El lenguaje evaluativo como mecanismo argumentativo de las cuentas #studygram en tiempos de pandemia del covid-19. *Rev Bras Lingüística Apl.* 2021;21(4):1135-60.
  63. Torres M. Instagram y su uso como una herramienta de marketing digital en Chile. Universidad de Chile. Universidad de Chile; 2017.
  64. Velar-Lera M, Herrera-Damas S, González-Aldea P. Using instagram for communication of luxury fashion brands. *Palabra Clave.* 2020;23(4):1-32.
  65. Bravo-Araujo A, Serrano-Puche J, Codina-Blasco M. Mediatización de las dinámicas culturales de las celebridades: el caso de Rosalía en Instagram. *Rev Comun.* 2021;20(2):49-71.
  66. Torrente E, Martí T, Escarrabill J. Um sopro de twitter. *Rev Port Pneumol.* 2012;18(3):137-41.
  67. Van Schaijik B, Alshawa A, Hamadah O, Alshehri M, Kujan O. The role of Twitter in dental education: A systematic review. *J Dent Educ.* 2021;85(9):1471-81.
  68. Restrepo L. El poder de Twitter en la comunicación investigativa en la

- áreas de la educación, marketing y política. Anu Electrónico Estud en Comun Soc «Disertaciones». 2020;13(2):1-14.
69. Curioso W, Carnero A. Promoviendo la investigación en salud con Twitter. Rev Medica Hered. 2011;22(3):121-30.
70. Quiroz NT. TikTok: la aplicación favorita durante el aislamiento. Rev Argentina Estud Juv. 2020;(14):e044.
71. Hernández-Serrano MJ, Jones B, Renés-Arellano P, Ortuño RAC. Analysis of Digital Self-Presentation Practices and Profiles of Spanish Adolescents on Instagram and TikTok. J New Approaches Educ Res. 2022;11(1):49-63.
72. Yeung A, Ng E, Abi-Jaoude E. TikTok and Attention-Deficit/Hyperactivity Disorder: A Cross-Sectional Study of Social Media Content Quality. Can J Psychiatry. 2022;
73. Lázaro R. La red social Tik Tok y su integración en el aula de Literatura: propuestas didácticas. En: López-Meneses E, Cobos-Sanchiz D, Molina-García L, Jaén-Martínez A, Martín-Padilla A, editores. Claves para la innovación pedagógica ante los nuevos retos: respuestas en la vanguardia de la práctica educativa. Octaedro,. Barcelona; 2020. p. 3587-97.
74. Hayes C, Stott K, Lamb KJ, Hurst GA. «Making Every Second Count»: Utilizing TikTok and Systems Thinking to Facilitate Scientific Public Engagement and Contextualization of Chemistry at Home. J Chem Educ. 2020;97(10):3858-66.
75. Espinoza I, Pérez F, Tenesaca S, Ankuash L, Peralta N, Suquilanda M, et al. TikTok Más allá de la hipermedialidad. Universida. Universidad

- Politécnica Salesiana. Cuenca, Ecuador; 2021. 155 p.
76. Guíñez-Cabrera N, Mansilla-Obando K. WhatsApp Web for academic purposes in times of covid-19. *Apertura*. 2021;13(2):54-69.
  77. De Mello e Souza Lehmann L, Parreira A. Instrumentos inovadores de aprendizagem: uma experiência com o WhatsApp. *Rev Lusofona Educ*. 2019;43(43):75-89.
  78. Veytia MG, Bastidas FA. WhatsApp as a resource for group work in university students. *Apertura*. 2020;12(2):74-93.
  79. Ballesteros E. Circulación de memes en WhatsApp: ambivalencias del humor desde la perspectiva de género. *Empiria*. 2016;(35):21-45.
  80. Ixcot J. El uso de WhatsApp en la comunicación entre adolescentes [Internet]. Repositorio Universidad de San Carlos de Guatemala. Universidad de San Carlos de Guatemala; 2017. Disponible en: [http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/16/16\\_1571.pdf](http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/16/16_1571.pdf)
  81. Holden A, Spallek H. How compliant are dental practice Facebook pages with Australian health care advertising regulations? A Netnographic review. *Aust Dent J*. 2018;63(1):109-17.
  82. Nason K, Byrne H, Nason G, O'Connell B. An assessment of professionalism on students' Facebook profiles. *Eur J Dent Educ*. 2018;22(1):30-3.
  83. Bhola S, Hellyer P. The risks and benefits of social media in dental foundation training. *Br Dent J*. 2016;221(10):609-13.
  84. Zaror C, Muñoz P, Espinoza G, Vergara C, Valdés P. Enseñanza de la

- bioética en el currículo de las carreras de odontología desde la perspectiva de los estudiantes. *Acta Bioeth.* 2014;20(1):135-42.
85. von Kretschmann R, Arenas Á. Enseñanza De Bioética En La Carrera De Odontología. *Reflexiones Y Prospectivas. Pers y Bioética.* 2016;20(2):257-70.
86. Santos PS, Nascimento LP do, Martorell LB, Carvalho RB de, Finkler M. Dental education and undue exposure of patients' image in social media: A literature review. *Eur J Dent Educ* [Internet]. 1 de agosto de 2021 [citado 30 de septiembre de 2021];25(3):556-72. Disponible en: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/eje.12633>
87. Muntané J. Introducción a la investigación básica. *Rev Andaluza Patol Dig* [Internet]. 2010;33(3):221-7. Disponible en: <https://www.sapd.es/revista/2010/33/3/03>
88. Dankhe GL. Investigación y comunicación. McGraw-Hill, editor. Madrid; 1986.
89. Hernández R, Fernández C, Baptista P. Metodología de la investigación [Internet]. 6.<sup>a</sup> ed. McGraw-Hill, editor. Ciudad de México; 2014. Disponible en: <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>
90. Cavenet G. El cálculo científico. Redondo A, editor. Barcelona; 1970.
91. Dioses KJ, Lau V, Olivos VA. Uso de redes sociales en operadores de pregrado del centro dental docente de la Universidad Peruana Cayetano

Heredia, Lima - Perú, 2020 [Tesis]. [Lima]: Universidad Peruana Cayetano Heredia; 2021. 60 p.

92. Greysen S, Chretien K, Kind T, Young A, Gross C. Physician violations of online professionalism and disciplinary actions: A national survey of state medical boards. JAMA [Tesis]. 2012 [Citado 03 de Enero de 2022]; 307(11):1141-2. Disponible en: <https://jamanetwork.com/journals/jama/fullarticle/1105088>

**X. ANEXOS**  
**Anexo 01**  
**MATRIZ DE CONSISTENCIA**

<b>Formulación del problema</b>	<b>Objetivos</b>	<b>Variables</b>	<b>Metodología</b>
<p>¿Cómo es la gestión y el comportamiento ético en redes sociales de los estudiantes de Odontología de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos durante el año 2022?</p>	<p style="text-align: center;"><b>OBJETIVO GENERAL</b></p> <p>Describir la gestión y el comportamiento ético en redes sociales de los estudiantes de Odontología de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos durante el año 2022.</p> <p style="text-align: center;"><b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Describir el uso de redes sociales de los estudiantes de Odontología de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos durante el año 2022.</li> <li>• Describir el desempeño en redes sociales de los estudiantes de Odontología de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos durante el año 2022.</li> <li>• Tipificar la actitud hacia la confidencialidad de la información en redes sociales de los estudiantes de Odontología de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos durante el año 2022.</li> <li>• Describir y verificar el cumplimiento de las normas del comportamiento ético de los estudiantes de Odontología de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos durante el año 2022.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestión de redes sociales del estudiante</li> <li>• Comportamiento ético en redes sociales</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>TIPO DE INVESTIGACION</b></p> <p>Estudio básico de nivel descriptivo.</p> <p style="text-align: center;"><b>DISEÑO DE ESTUDIO</b></p> <p>Estudio no experimental, observacional y transversal.</p> <p style="text-align: center;"><b>POBLACION</b></p> <p>Estudiantes de segundo a sexto año de la Facultad de Odontología de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos durante el 2022.</p> <p style="text-align: center;"><b>PROCESAMIENTO DE DATOS</b></p> <p>Software estadístico STATA/BE 17</p> <p><b>Análisis descriptivo:</b></p> <p>Para el análisis descriptivo de las variables categóricas se utilizarán tablas de frecuencia y contingencia. Para el análisis descriptivo de las variables numéricas se utilizarán medidas de tendencia central (media aritmética, mediana y moda), y dispersión (desviación estándar).</p>

**Anexo 02**  
**Cuestionario y consentimiento informado**

Este cuestionario tiene como propósito observar la gestión y el comportamiento ético de los estudiantes de odontología en el manejo de sus redes sociales. Su participación es voluntaria, pero importante para percibir su conocimiento, manejo y riesgos que podría estar incurriendo en el manejo de sus redes sociales. La información brindada será utilizada de manera confidencial y los resultados se presentarán en forma general sin particularizar algún caso. El beneficio que usted puede adquirir al participar del estudio será que la investigación le brindará estrategias para adquirir y accionar comportamientos éticos en el manejo de sus redes sociales, evitando así futuros problemas de carácter ético y hasta legal. Además, el presente estudio no presenta ningún riesgo para usted como participante.

Al usted aceptar participar, permite que el usuario “eticaderedes\_odontologia” lo pueda seguir en sus redes sociales, con el propósito de brindarle información respecto al manejo ético de sus redes sociales y añadir información de su gestión de redes sociales al estudio. Esta investigación se compromete a hacer uso adecuado y prudente de su información.

**CONSENTIMIENTO**

Yo, .....  
acepto libre y voluntariamente participar en este estudio, luego de haber sido debidamente informado del proyecto, también entiendo que puedo decidir no participar y que puedo retirarme del estudio en cualquier momento.

Lima, ..... del 2022.

\_\_\_\_\_  
Participante  
DNI:

\_\_\_\_\_  
Investigador  
DNI:

**FACTORES ÉTICOS RELACIONADOS CON EL USO DE REDES SOCIALES**  
**EN ESTUDIANTES DE ODONTOLOGÍA**

FECHA: \_\_\_\_\_

CÓDIGO DE ALUMNO: \_\_\_\_\_

CORREO ELECTRÓNICO: \_\_\_\_\_

**1. DATOS GENERALES**

<b>Sexo</b>	Mujer Hombre	<b>Edad</b>	
<b>Año Académico</b>	2 ° año ( ) 3° año ( ) 4° año ( ) 5° año ( ) 6° año ( )		
<b>Lugar de Procedencia</b>	<b>Departamento</b>		
	<b>Provincia</b>		
	<b>Distrito</b>		

2. USO DE REDES SOCIALES				
<b>¿Utiliza redes sociales?</b>				
Sí		No		
<b>¿Cuál de estas redes sociales utiliza? (Puede marcar más de una opción)</b>				
Facebook				
Instagram				
Twitter				
WhatsApp				
Tik Tok				
<b>¿Con qué frecuencia utiliza estas redes?</b>				
Red social	(0) Nunca	(1) A veces	(2) Casi siempre	(3) Siempre
Facebook				
Instagram				
Twitter				
WhatsApp				
Tik Tok				
<b>¿Su perfil en las redes sociales es?</b>				
Red social	(0) Público	(1) Privado	(2) No aplica	
Facebook				
Instagram				
Twitter				
WhatsApp				
Tik Tok				

<b>¿Cuál es el principal uso que le da a las redes sociales?</b>
(0) Dar educación
(1) Recibir educación
(2) Social (compartir fotos, videos e historias de mi vida)
(3) Comunicación interprofesional
(4) Buscar pacientes
(5) Mostrar lo que hago a mis pacientes
(6) Ganar dinero / generar ingresos
(7) Publicidad para otras personas o empresas

<b>¿Quién o cuál fue su principal motivación para crearse una cuenta en redes sociales? (Marque una opción)</b>		
(0) Por influencia de mis amigos u otros	(1) Por influencia de mis familiares	(2) Por influencia de profesores
(3) Por mí mismo	(4) Por un juego o reto	(5) Por mi necesidad académica o profesional
(6) Conseguir seguidores	(7) Hace parte de mi vida social	(8) Hace parte de mi vida laboral

<b>¿Cuál es su principal motivación para subir contenidos a las redes sociales?</b>		
(0) Para informar	(1) Obtener "me gusta"	(2) Satisfacción personal
(3) Tener más seguidores	(4) Ganar dinero	
<b>¿Con qué frecuencia sube contenidos a sus redes?</b>		
(0) Cada tres o seis meses	(1) Mensual	(2) Semanal
(3) Diario	(4) Varias veces al día	
<b>¿Cuál es la principal forma por la que aprendió a utilizar las redes sociales? (Marcar solo una respuesta)</b>		
(0) Por manejo propio y exploración	(1) Por ayuda de amigos	(2) Por ayuda de familiares
(3) Por ayuda de un profesor	(4) Por haber recibido capacitación en cursos u otros	(5) Por autoaprendizaje a través de videos y manuales
<b>¿Cuánto tiempo aproximadamente le dedica a consultar o publicar en las redes sociales al día?</b>		
(0) Menos de 6 horas	(1) 6 horas	(2) 8 horas
(3) Más de 8 horas		
<b>¿Cuál es el horario de uso más frecuente?</b>	Mañana Tarde	Noche En cualquier momento
<b>¿Cuál es el contenido que más publica en redes sociales?</b>		
(0) Artículos o noticias		
(1) Comercial / Empresas propias		
(2) Videos y fotos personales		
(3) Revistas científicas		
(4) Ventas por catálogos		
(5) Memes		
(6) Libros		
(7) Páginas web de interés general		
(8) Historias personales		
(9) Enlaces académicos		
(10) Contenido profesional		
(11) Actividades académicas		
(12) Actividades académicas que incluyen pacientes		

### 3. DESEMPEÑO EN REDES SOCIALES

<b>¿Con qué frecuencia realiza las siguientes actividades en redes sociales?</b>				
<b>Acciones generales</b>	<b>Nunca</b>	<b>A veces</b>	<b>Casi siempre</b>	<b>Siempre</b>
Publico información de mi estado de ánimo, fotos, videos, etc...				
Me informo de las novedades que pasan en el mundo				

Me informo de las actividades que realizan mis contactos.				
Comparto información de Internet (textos, enlaces, videos) a través del muro de redes sociales.				
Me intereso por la información que visualizo en la red social a través de 'Me gusta' o 'Likes'.				
Comento la información que visualizo en la red social.				
Chateo con contactos que noson de la Universidad				
Participo de juegos en línea a través de la red social				
Participo de 'Grupos en la red social' sobre diversos temasque me interesan				
Revisa sus redes y publica antes de dormir				
Revisa sus redes y publica allevantarse				

<b>¿Qué identidad digital ha utilizado para registrarse en su perfil de red social? (Marque una opción)</b>			
<b>Red social</b>	<b>(0) Nombre real</b>	<b>(1) Pseudónimo</b>	<b>(2) Nombre de otra persona</b>
Facebook			
Instagram			
Twitter			
WhatsApp			
Tik Tok			

<b>Cuál es su usuario de:</b>	
Facebook	
Instagram	
Twitter	
¿Cuál es su número de WhatsApp?	
Tik Tok	

<b>¿Con qué frecuencia realiza las siguientes normas de comportamiento?</b>				
<b>Normas de comportamiento</b>	<b>(0) Nunca</b>	<b>(1) A veces</b>	<b>(2) Casi siempre</b>	<b>(3) Siempre</b>
¿Lee y respeta las normas de uso de la red social?				
¿Ha publicado contenido sobre sus pacientes?				
Reflexiona sobre la información que expone de sus pacientes y se asegura que no les importa				
Solicita permiso antes de subir una foto o videodonde involucre a otras personas				
¿Pregunta si puede publicar información que le han enviado de manera privada?				
Comunica a los demás el respeto a su privacidad e intimidad				
Conserva una actitud pacífica cuando lo molestan por la red social				
Ayuda a crear un ambiente amigable en la red social, siendo amable, educado y respetuoso				
¿Se asegura de que su comportamiento mantenga la confidencialidad de sus pacientes?				

#### **4. CONFIDENCIALIDAD**

¿Sabe qué es información sensible?	<b>SI (0)</b>	<b>NO (1)</b>
¿Ha publicado contenido sobre sus pacientes?	<b>SI (0)</b>	<b>NO (1)</b>
¿Conoce los riesgos de publicar información sobre sus pacientes en redes sociales?	<b>SI (0)</b>	<b>NO (1)</b>
¿Sabe usted si en el consentimiento informado de la historia clínica, se autoriza al estudiante la publicación de contenido multimedia acerca del procedimiento a realizar?	<b>SI (0)</b>	<b>NO (1)</b>
¿Mantiene usted protegida la información personal del paciente?	<b>SI (0)</b>	<b>NO (1)</b>
¿Mantiene usted protegida la identidad de su paciente?	<b>SI (0)</b>	<b>NO (1)</b>
¿ha leído las políticas de uso de sus redes sociales?	<b>SI (0)</b>	<b>NO (1)</b>
¿Sabe en qué lugar se archivan los datos e información que comparte?	<b>SI (0)</b>	<b>NO (1)</b>
¿Conoce el sitio para hacer reclamaciones en sus redes sociales?	<b>SI (0)</b>	<b>NO (1)</b>

## CUESTIONARIO PARA INVESTIGADOR

El siguiente cuestionario consta de 15 preguntas para evaluar la manera en la que los estudiantes encuestados usan las redes sociales, será aplicado al investigador.

¿El perfil social se presenta como profesional?	SI	NO	NO APLICA
¿En el perfil se presenta como estudiante?	SI	NO	NO APLICA
¿Publica contenido de tipo profesional?	SI	NO	NO APLICA
¿Las fuentes de su contenido profesional publicado es confiable?	SI	NO	NO APLICA
¿Publica contenido profesional constante durante el día	SI	NO	NO APLICA
¿Publica fotos con sus pacientes?	SI	NO	NO APLICA
¿Publica fotos o videos de sus pacientes?	SI	NO	NO APLICA
¿Protege la identidad de los pacientes?	SI	NO	NO APLICA
¿Alguna fotografía es de un paciente evidentemente menor de edad?	SI	NO	NO APLICA
¿Mantiene protegida la información del paciente?	SI	NO	NO APLICA
¿Al subir contenido a las redes menciona la autorización del paciente?	SI	NO	NO APLICA
¿Sus fotos y videos evidencian trabajo profesional íntegro?(bioseguridad, ropa y lenguaje)	SI	NO	NO APLICA
Muestra respeto por la profesión	SI	NO	NO APLICA
Muestra respeto por la universidad y la facultad	SI	NO	NO APLICA
¿Respeto la identidad de las personas que aparecen en sus fotos o videos?	SI	NO	NO APLICA