

DENTAL TRIBUNE

— The World's Dental Newspaper · Hispanic and Latin American Edition —

Editado en Miami

la.dental-tribune.com

No. 3 2020 Vol. 17

NUEVA COLUMNA DEL DIRECTOR EJECUTIVO DE IVOGLAR VIVADENT

La educación continua es un factor de éxito

Diego Gabathuler afirma que es necesaria para ser competitivo en el siglo XXI



Foto: Ivoclar Vivadent



ORTODONCIA



Síndrome de agotamiento del ortodoncista

Página 2

ADMINISTRACION



Planeación estratégica del consultorio (2)

Página 30

OPINION



La publicidad engañosa nos perjudica a todos

Página 4

CASO CLINICO



Segundo y tercer molar inferior "enclavados"

Página 10

PATOLOGIAS DEL SENO MAXILAR: ARTICULO DEL LIBRO "ELEVACION SINUSAL" P. 24

Como lidiar con el agotamiento del ortodoncista



Por Dennis J. Tartakow

DENTAL TRIBUNE
El periódico dental del mundo
www.dental-tribune.com

Publicado por Dental Tribune International

DENTAL TRIBUNE
Hispanic & Latin America Edition

Editor-in-Chief & Business Manager
Javier Martínez de Pisón
j.depison@dental-tribune.com
Miami, Estados Unidos
Tel.: +1-305 633-8951

Graphic Designer
Javier Moreno

COLABORACIONES

Los profesionales interesados en colaborar deben contactar al director.

Esta edición mensual se distribuye gratuitamente a los odontólogos latinoamericanos y a los profesionales hispanos que ejercen en Estados Unidos.

Licensing by

DT International

Publisher/Chief Executive Officer Torsten R. Oemus
Director of Content Claudia Duschek

Dental Tribune International GmbH
Holbeinstr. 29, 04229 Leipzig, Germany
Tel.: +49 341 48 474 302
Fax: +49 341 48 474 173
General requests:
info@dental-tribune.com
Sales requests:
mediasales@dental-tribune.com
www.dental-tribune.com

El material editorial traducido y reimpresso en este número de Dental Tribune Latinamerica está protegido por los derechos de autor de Dental Tribune International GmbH. Todos los derechos reservados. Publicado con el permiso de Dental Tribune International GmbH, Holbeinstr. 29, 04229 Leipzig, Alemania. Queda expresamente prohibida la reproducción en cualquier idioma, total o parcial, sin la autorización previa por escrito de Dental Tribune International GmbH. Dental Tribune es una marca registrada de Dental Tribune International GmbH.

La información publicada por Dental Tribune International intenta ser lo más exacta posible. Sin embargo, la editorial no es responsable por las afirmaciones de los fabricantes, nombres de productos, declaraciones de los anunciantes, ni errores tipográficos. Las opiniones expresadas por los colaboradores no reflejan necesariamente las de Dental Tribune International. ©2020 Dental Tribune International. All rights reserved.

El director de la revista de Ortodoncia de Dental Tribune en Estados Unidos escribe un interesante artículo sobre el efecto de “burnout” o agotamiento profesional, que está afectando a los especialistas debido a múltiples factores como la irrupción de la terapia con alineadores, que permite que el público se autodiagnostique. ser el que ofrece mejores beneficios para la salud del paciente.

La educación es el mayor catalizador para lograr un cambio duradero en nuestra sociedad, lo cual según Boyers¹, implica comprometernos en nuestra educación y ayudar a los demás a tener acceso a una educación de calidad. Esa es una de las mejores formas de lograr un éxito sostenido a nivel personal y profesional.

Sin embargo, no es ningún secreto que la insatisfacción laboral de los ortodoncistas está aumentando a niveles sin precedentes como resultado de la terapia con alineadores removibles realizada por dentistas generales guiados por laboratorios; ahora incluso el paciente dirige y controla su propio tratamiento de ortodoncia sin ninguna supervisión profesional mediante productos de compañías de venta libre. Peck comentó hábilmente: “Esto hace que un ortodoncista retirado con buena memoria se pregunte, ¿cuándo nos extraviamos como grupo científico-clínico, y por qué? ¿Qué hemos perdido en el camino? ¿Por qué la industria de la ortodoncia piensa ahora por nosotros? ¿Nos lo buscamos nosotros mismos o hemos sido manipulados sutilmente para llegar a una percepción alterada?”²

En este entorno, se está volviendo más difícil de proporcionar atención compasiva y de alta calidad a los pacientes³. Parece que hay por lo menos seis síntomas de agotamiento (burnout) identificados en ortodoncistas:

- Sensación de desgana
- Pérdida de celo profesional y de entusiasmo por el trabajo
- Aumento de la competencia
- Presión pasiva de los comentarios en redes sociales
- Documentación excesiva, y
- Sensación general de malestar.

La relación médico-paciente se torna más amenazada por la relación asegurador y/o empleador-proveedor. Es difícil de eludir la desgana a medida que las empresas cambian de aseguradoras, las aseguradoras

El doctor Dennis J. Tartakow es director de Ortho Tribune U.S., la revista de ortodoncia de Dental Tribune en Estados Unidos.

cambian de grupos de médicos y los pacientes tienen que cambiar de médico como resultado de las negociaciones entre aseguradora y empresa. Esto a menudo hace que los clínicos tengan que aceptar ta-

La proliferación de un rendimiento imperfecto del tratamiento es también bastante obvio. Menos claro es cómo abordar con éxito esta epidemia. Promover un entorno de práctica ética es omnipotente. Un enfoque holístico de la atención que garantice que el ortodoncista, así como el paciente y su familia, tengan voz en el plan de tratamiento, es fundamental para resolver un conflicto ético. Tal vez haya llegado la hora y sea necesario que un «tercero» ayude a resolver lo que



Foto: Stacey Gabrielle Koenitz Rozells/Unsplash

Hay por lo menos seis síntomas de agotamiento (burnout) identificados en ortodoncistas.

“¿Cuándo nos extraviamos como grupo científico-clínico? ¿Por qué la industria de la ortodoncia piensa ahora por nosotros?”

rifas reducidas por sus servicios. Todo esto lleva a la (falta de) motivación, que también puede contribuir a impulsar el agotamiento clínico en la ortodoncia.

Norton señaló que “... autonomía, dominio y propósito deben ser motores de motivación intrínseca. Pero también experimentamos factores humanos, la fricción y la incertidumbre en una estructura de entrega y reembolso altamente compleja. Esta realidad exige valor y resistencia para mantener los altos estándares de excelencia y compasión necesarios para brindar una atención personalizada”⁴.

Retener recursos tan valiosos como una mejor atención al paciente y un personal apreciado y valorado es algo que también se está perdiendo.

Es evidente que estas presiones laborales tienen una relación directa con el agotamiento clínico⁵.

parece haberse convertido no solo en la base del agotamiento clínico sino, en algunos casos, en un dilema ético.

Las políticas emergentes, las regulaciones y posiblemente una intervención legal son medidas necesarias para resolver lo que se ha convertido en una crisis ética y moral en nuestra profesión. No podemos cambiar lo que la historia ya ha escrito; solo podemos cambiarnos a nosotros mismos y comenzar con manos inseguras a escribir un nuevo capítulo.

Como dijo Peck, “... todo esto puede ayudar a asegurar un mejor destino para la especialidad de la ortodoncia. Y para aquellos de nosotros que nos preocupamos profundamente por ello, eso significará mucho”². **DT**



Consulte las referencias en
www.dental-tribune.com



OPINION

La educación y la capacitación como factores de éxito



Por Diego Gabathuler

El Director Ejecutivo de Ivoclar Vivadent AG, Diego Gabathuler, comienza una columna para Dental Tribune Latin America en la que discute temas relacionados con la compañía cuyo lema, «Pasión, Visión, Innovación», está respaldado por un equipo de investigación que cuenta con más de 200 expertos. En esta primera colaboración, el director de esta compañía líder en el sector dental se centra en la necesidad de contar con la educación y capacitación continua necesarias para ser competitivo en la odontología del siglo XXI.

La capacitación continua y la atención odontológica de alta calidad son cosas que van de la mano y que tienen una relación muy dinámica. Cualquiera que crea que después de terminar los estudios ha aprendido todo lo que necesita saber en su carrera profesional tendrá poco éxito en esta época de cambios constantes. La investigación y el desarrollo han creado nuevos y revolucionarios métodos de diagnóstico y tratamiento. La atención médica general, y la odontológica en particular, no habrían alcanzado los altos niveles actuales sin una capacitación especializada.

La concientización sobre la salud oral, las demandas de estética dental y de una hermosa sonrisa, son factores que están en constante crecimiento en todo el mundo. Países como México, Costa Rica y Colombia, al igual que Nicaragua y Ecuador, son conocidos por ofrecer tratamientos odontológicos de alta calidad. La capacitación adicional es claramente el catalizador del progreso en la odontología y, en consecuencia, de soluciones de restauración dental para los pacientes. Pero para poder ofrecer a los pacientes una odontología de vanguardia, especialmente en términos de responsabilidad, los

nuevos avances en diagnóstico y tratamiento requieren una gran atención y un gran compromiso del equipo clínico. La relación entre capacitación y garantía de calidad es clara: la capacitación es un prerrequisito fundamental para poder garantizar de calidad tanto de la odontología como de los servicios de laboratorio dental.

La capacitación es clave también para la supervivencia económica. Si no se está actualizado, se tienen pocas posibilidades de tener éxito en el mercado a largo plazo, lo cual es algo que concierne a los odontólogos y técnicos dentales, así como a la industria dental en general.

“No solo ofrecemos a nuestros clientes innovaciones en productos, sino que los apoyamos también a ampliar sus propios conocimientos y capacidades en nuestros Centros Internacionales de Educación Dental (ICDE)”.

de cursos de educación superior de primera clase. En el pasado, la compañía era más reservada a la hora de comunicar sus desarrollos, pero en los últimos 50 años ha interrumpido positivamente el mercado en numerosas ocasiones. Hemos presentado una serie de innovaciones pioneras, como los composites marca Tetric, las lámparas de fotocurado Bluepha-

Centros Internacionales de Educación Dental (ICDE) son unos de los mayores y más modernos centros de cursos de formación odontológica en todo el mundo. Los ICDE comprenden 60 centros regionales de capacitación con instalaciones para impartir cursos en 21 países, incluidos Brasil, Colombia y México. Esto proporciona un valor agregado y una



El CEO de Ivoclar Vivadent, Diego Gabathuler (izq.), con David Hidalgo, Director de Ivoclar Vivadent México, que fue el primer país que el CEO visitó tras asumir el cargo en 2019.

Diego Gabathuler es Director Ejecutivo (CEO) de Ivoclar Vivadent AG, compañía líder en el sector odontológico con sede en Liechtenstein, que ofrece una amplia gama de productos y sistemas para odontólogos y técnicos dentales.

Ivoclar Vivadent cuenta con uno de los mayores centros de investigación y desarrollo de la industria dental en su sede de Liechtenstein. Alrededor de 200 expertos trabajan todos los días en el desarrollo de nuevos conceptos de soluciones integrales. Colaboran con centros y universidades de renombre mundial para ofrecer a nuestros clientes una gama

se, los materiales totalmente cerámicos IPS Empress e IPS e.max y los hornos Programat.

Y, como sabemos lo importante que es el desarrollo, no solo ofrecemos a nuestros clientes innovaciones en productos, sino que los apoyamos también a ampliar sus propios conocimientos y capacidades: nuestros

mejora constante a todos los interesados: la industria, la clínica/laboratorio y los pacientes.

En el futuro, además de ofrecer valor a nivel estético, el desafío será aumentar la eficiencia de la atención clínica en general, de modo que la mayor cantidad posible de personas pueda beneficiarse del progreso. **DT**

DIGNIFICANDO LA ODONTOLOGIA

Publicidad engañosa a la orden del día



Por Enrique
Jadad Bechara

Enrique Jadad exhorta a no tratar a nuestros pacientes como “clientes” a los que venderles tratamientos por cualquier medio y a cualquier precio, a mantener un comportamiento profesional ético y honesto, que evite la mercantilización de los servicios de salud como si fueran solo un simple producto más.

La publicidad es un evento común en el día a día de nuestras vidas, una forma de comunicación que se encuentra en continua evolución y que constituye un instrumento de vital importancia para competir en el mercado.

A través de la publicidad, personas, profesionales y empresas buscan dar a conocer sus productos o servicios y captar el mayor número de clientes; sin embargo, no toda la publicidad que encontramos es lícita.

Me encuentro muy preocupado por

**Especialista en Rehabilitación Oral, investigador y conferencista con práctica privada en Barranquilla (Colombia), es fundador del Grupo Dignificar la Odontología (FaceBook). Contacto: ejadad@gmail.com*

una situación que no es nueva, se trata de una práctica basada en publicidad en todo tipo en redes sociales y en el internet. Estamos en pleno campo de batalla y en medio de aterradoras pautas publicitarias de tratamientos maravillosos e inimaginables apoyados en herramientas tecnológicas.

Los odontólogos y clínicas que utilizan este tipo de ofertas engañosas lo hacen premeditadamente, copiando técnicas de consumo masivo con la única finalidad de captar clientes. Esta práctica, además de ser poco ética, no debe ser implementada en servicios vinculados a la salud, como la odontología. En el campo de la medicina y la odontología debe primar la información veraz al paciente, no manipularlos a consumir y, sobre todo, aplicar criterios científicos y no mercantiles.

Todos estos ganchos publicitarios deben hacer dudar y pensar muy bien a los pacientes antes de someterse a un



Foto: jp-valery-9BatP4ovW2/unsplash

Los pacientes deben desconfiar de los tratamientos que se anuncian a precios muy económicos o vinculados a fechas especiales, estilo “recibe 50% de descuento en todos los tratamientos en Black Friday”, lo que el autor califica como una vergüenza.

tratamiento odontológico. Estas campañas de publicidad llenas de artimañas y engaños solamente existen para captar incautos a los que les atraiga la mirada por estos falsos mensajes, con los bajos costos ofertados y los increí-

blemente milagrosos procedimientos expuestos. Pero al final los afectados son los pacientes que quedan atrapados en contratos que en muchos casos son cedidos por las clínicas a bancos intermediarios.



ZIACOM®
Making future together

Presentación
internacional

Viernes 13/03
a las 16:00

sábado 14/03
a las 10:00

DSQ®
Orthodontics
System



Ponente:
Dr. David
Suarez
Quintanilla



EXPODENTAL
12-14 MAR
2020

STAND 8D04



Permanentemente, le explico a los pacientes que me visitan que la boca es parte de nuestra salud general y no podemos arriesgarnos ante tratamientos odontológicos de bajo costo o llamados y dudosa calidad. En estos tiempos de crisis mundial, se aprovechan para hacer ver a precios “muy asequibles” tratamientos odontológicos que siempre han sido considerados costosos, se aprovechan de la necesidad por ahorrar y se ofertan promociones 2 x 1, precios a menos de la mitad del precio convencional, tratamientos gratuitos, consulta gratis, radiografías sin costo, entre otros.

Los estamentos gubernamentales se encuentran en alerta por la proliferación exponencial de la publicidad engañosa en el sector odontológico. Hay un sinnúmero de ofertas en tratamientos dentales que confunden a propios y extraños, muchos de los costos reales no se encuentran anunciados, pero al final sí que se les cobran a los pacientes.

Estamos frente a un fenómeno meramente capitalista, hambre de dinero a cualquier costa, estamos perdiendo ese Norte que nos inculcaron durante nuestra formación de velar por la salud e integridad de nuestros pacientes. Tristemente, la odontología pasó de ser una profesión muy hermosa y rentable, que se manejaba con ética y rectitud, a ser un negocio donde la competencia es muy abrumadora y donde la oferta es tan grande que hoy día no se compete con calidad sino con precio, ofertando tratamientos falsos, mentirosos y lesivos en un gran porcentaje.

Cuando se ofertan este tipo de promociones en tratamientos odontológicos, se debe rebajar la calidad de los materiales utilizados con productos estos que no están testeados ni han sido incluidos en estudios; se desconoce la durabilidad, biocompatibilidad e idoneidad de muchos de estos equipos y materiales, incluso si suponen un riesgo para la salud. También se pierde el trato exclusivo e individualizado que se le suele brindar a los pacientes, ya que se hace necesario atender por volumen para que sea rentable el negocio. Además, se diagnostican tratamientos que no se necesitan y que incrementan los costos a ser sufragados por los pacientes.

Muchos colegas que compran tecnología de punta piensan que solo con adquirirla ya se convierten en expertos; algunas compañías que les venden esos equipos los nombran conferencistas, profesores e instructores para hacerlos sentir “bien”. Pero lo cierto es que se debe estudiar, gastar horas, días, semanas, meses o años en preparación e instrucción para poder ejecutar manejos complejos apoyados en esta tecnología al servicio de los pacientes que confían en nosotros.

Recientemente, he visto que se ofrecen limpiezas dentales con láser a precios irrisorios. En mi ciudad, por ejemplo, un procedimiento de este tipo se ofrece a menos de 25 dólares americanos.

Usar un láser de erbio para realizar un detartraje es como disparar un fusil AK47 contra una mosca.

Ganchos como estos se ven a diario en todos los medios. Por esto, debemos aconsejar a los pacientes para

mejor en materiales de marcas reconocidas, respaldadas por investigaciones, la última tecnología y algo muy importante: ponerse en manos de profesionales capacitados, que nos generen confianza y profesionalidad para solucionar todas las dudas que puedan sur-

“Con estas ofertas desesperadas usted, querido colega, no está haciendo más que trabajar erróneamente, está generando una competencia desleal, le está causando un daño irreparable a la profesión y a sus colegas”.



Foto: melissa-walker-horn-76Hlo5NiE/unsplash

Usar un láser de erbio para un detartraje es como disparar un fusil AK47 contra una mosca. (Foto: melissa-walker-horn-76Hlo5NiE/unsplash)

“Sueño con un futuro donde los miembros de la sociedad comiencen a ser tratados como pacientes y no como clientes”.

que eviten sorpresas desagradables al momento de recibir la factura por su tratamiento; los pacientes deben desconfiar de todos los tratamientos que se anuncian a precios muy económicos vinculados a fechas especiales, estilo “recibe 50% de descuento en todos los tratamientos en Black Friday”, lo que realmente es una vergüenza.

En nuestro cuerpo, debemos exigir lo

gir tanto del tratamiento como de los materiales utilizados.

Es importante que los pacientes, antes de iniciar o aceptar un tratamiento, soliciten un presupuesto detallado con el precio final del tratamiento completo y que sea un odontólogo y no un vendedor quien lo entregue y explique; se le deben explicar todas las alternativas posibles de tratamiento para solucio-

nar el problema de salud del paciente que es un ser vulnerable y fácilmente cae en estas artimañas engañosas por su desconocimiento de temas de salud oral.

Colegas, quisiera que reflexionemos sobre este tema de la publicidad agresiva y engañosa. Si usted o su equipo de trabajo han acudido o acuden a este sistema de promoción con rebajas del 50%, si usted es partidario de ofrecer tratamientos 2 x 1, ofertar promociones en Black Friday, le diría sin ánimo de ofender, que usted está totalmente equivocado y está incurriendo en un grave y craso error.

Colega, esa odontología que tanto sacrificio le ha costado llegar a ejercer, el alto costo de la educación continuada, el costo de los biomateriales que usa en su consulta, los servicios públicos y privados, la nómina de los empleados que laboran con usted, su credibilidad, sus manos, su espalda, su vista, el bienestar de su familia, el lindero científico de la odontología, su dignidad y muchos otros temas jamás los va a recuperar de manera honesta y racional.

Con estas ofertas desesperadas usted, querido colega, no está haciendo más que trabajar erróneamente, usted está generando una competencia desleal, ofertando regalos y dádivas, sea en especie, descuento o en “regalos”, le está causando un daño irreparable a la profesión y a sus colegas. Entendiendo lo difícil que está el campo laboral, la dificultad para captar pacientes, la sobreoferta de odontólogos, la historia actual de nuestro país, el deseo de tener pacientes todos los días, todos estos son factores preocupantes que deben ser saldados no con publicidad engañosa o mala publicidad, sino con calidad, actualización, buena atención, excelente servicio y, lo que es más importante aún, con ética y honestidad.

Es una realidad que esas ofertas van a estancar y a marcar a esos colegas o clínicas, porque los pacientes los buscarán por sus promociones, por esos avisos publicitarios de 2 x 1, de 50% de descuento. Y cuando quieran intentar cambiar las reglas económicas los pacientes no lo aceptarán, y el estigma será una sentencia: los verán como odontólogos que regalan su trabajo.

Se deben crear leyes que protejan a los pacientes y castiguen a los profesionales de la odontología que basan su práctica diaria en publicidad engañosa y desleal. Se deben realizar publicaciones que busquen concienciar, prevenir a la población y controlar la publicidad ilícita. Sueño con un futuro donde la sociedad comience a ser tratada como pacientes y no como clientes; la diferencia entre estos dos términos es muy grande, no estamos hablando de comprar un producto o servicio cualquiera, sino de algo tan vital e importante como es la salud.

Lástima es lo que siento por esta odontología mercantilista, que está destruyendo la salud dental de miles de personas con total impunidad. **DU**

¿Debemos entrar en la era de la anestesia digital?

Por Patricia Uribe

La especialista en estética Patricia Uribe aborda en este artículo el tema del miedo que produce en algunos pacientes la anestesia local y describe las características que ofrecen los sistemas digitales.

El miedo que produce la atención odontológica es la razón más común para que los pacientes eviten visitar al dentista. Esta ansiedad o miedo dental puede ocurrir por varias razones, como el ruido, la vibración sobre los dientes, el olor a medicamentos o materiales utilizados en odontología, el dolor durante el tratamiento y el miedo irracional a la anestesia local. La mayoría de las veces los pacientes temen más al dolor causado por las inyecciones anestésicas que al dolor propiamente del tratamiento dental.

La ansiedad en el momento de la consulta odontológica puede afectar a cualquier persona y en cualquier momento. No se han comprobado diferencias significativas entre grupos diversos. Regularmente, sólo la mitad de la población asiste a la consulta odontológica; el porcentaje restante lo hace sólo cuando el dolor es de tal magnitud que sobrepasa el temor a la odontología. Aproximadamente el 70% del total de la población mundial evita someterse a cuidados dentales periódicos por la ansiedad y el temor que le produce la atención oral, y, sobre todo, el temor a sentir dolor, sabiendo que para controlar o evitar esta incomodidad existe la anestesia, pero que para ello es necesario una inyección con una aguja, la cual en la mayoría de los casos aumenta el estrés de la consulta y el temor al odontólogo.

* La doctora Patricia Uribe es Especialista en Rehabilitación Oral Integral (FUSM), con énfasis en Estética y Rehabilitación Oral (NYU), Implantología Oral (EIRO), Embajadora de ICOI para Colombia, miembro Junta directiva ACOED, miembro fundador CIAEO, director científico Centro Odontológico Especializado The Beauty Smile en Bogotá (Colombia). Práctica Privada en Implantología oral y Estética desde 1995.

- ¿Por qué utilizar anestesia electrónica o digital?, es uno de los interrogantes cuando los odontólogos quieren incursionar en la era digital, ya que uno de los primeros pasos para hacer odontología digital debe ser el uso de la anestesia electrónica. Las siguientes son algunas preguntas relevantes:
- ¿Qué tan importante es invertir en tecnología para la comodidad de nuestros pacientes?
- ¿Se ven los resultados de la inversión en la satisfacción final por el tratamiento realizado a los pacientes?
- ¿Es cierto que los pacientes sienten menos dolor durante el proceso de la inyección de anestesia si es aplicada digitalmente?

La anestesia digital (Computer-controlled local anesthetic delivery - CCLAD) utiliza un dispositivo que administra lentamente los anestésicos mediante el uso de un equipo computarizado para controlar la velocidad de inyección. Así, la dispersión del anestésico es menos dolorosa, ya que su penetración depende de la velocidad de difusión, la cual está relacionada con la densidad del tejido, reduciendo el dolor no solo por la resistencia que se siente en los tejidos, sino por su velocidad controlada.

alternativas para minimizar las molestias causadas por los tratamientos odontológicos, así como reducir el estrés generado por los mismos.

La jeringa de anestesia convencional fue creada hace casi 150 años, y solo a mediados de la década de los 90 se comenzaron a desarrollar sistemas de administración local de anestesia que incorporan tecnología informática para controlar la velocidad del flu-

dispositivo. Los avances recientes en CCLAD han llevado a la introducción de productos que son más ligeros, fáciles de utilizar y menos traumáticos para el paciente.

Debemos tener en cuenta que el odontólogo debe procurar generar menos estrés al paciente en el momento de la inyección del anestésico, el simple hecho de que el paciente vea una aguja, le aumenta los niveles de cortisol, haciendo en muchos casos que el anestésico no actúe eficazmente. En estas situaciones la anestesia digital puede funcionar mejor, ya que estos sistemas son más pequeños, aparentemente producen menos trauma visual, utilizan agujas más delgadas que una jeringa con-



Algunos sistemas de anestesia digital tienen un sonido musical, que hace que los pacientes se relajen y sientan un estímulo diferente al pinchazo.

jo de la solución anestésica a través de la aguja, y el primer sistema fue lanzado en 1997.

Estudios científicos entre la jeringa dental tradicional y los sistemas electrónicos no revelaron diferen-

vencional y tienen el plus de que los pacientes disfrutan y se distraen más por el sonido musical que tienen algunos de estos dispositivos, haciendo que los pacientes se relajen y sientan un estímulo diferente al pinchazo.

Hoy, también es común la jeringa carpule con microvibrador, un nuevo dispositivo que se está introduciendo en odontología para aliviar el dolor y la ansiedad de las inyecciones intraorales.

En futuras tendencias, existe la posibilidad de desarrollar dispositivos y técnicas mejoradas para lograr una mejor anestesia profunda. También se está desarrollando un aerosol nasal para impartir anestesia a los seis dientes anteriores del maxilar superior (actualmente en fase 3 de la FDA), que evaluará la efectividad del aerosol en comparación con el técnicas convencionales. **DT**

“Sólo la mitad de la población asiste a la consulta odontológica; el porcentaje restante lo hace sólo cuando el dolor es de tal magnitud que sobrepasa el temor a la odontología”.

Aunque la anestesia local impartida manualmente sigue siendo la columna vertebral del bloqueo del dolor buco-facial, sabemos que la anestesia local es quizá la mayor fuente de temor de un paciente. Hoy, nosotros los odontólogos seguimos buscando

ciencias significativas en la facilidad de administración, la disminución del dolor, la eficacia de la inyección o la aceptación por parte de los pacientes. Las diferencias en forma, peso y velocidad de inyección deben también tenerse en cuenta al elegir un



Dental & Implant **Seminars**

Centro de Educación Continua en
Implantología y Odontología Restauradora

Ciudad de México

Código e promoción

DT2020

Facebook: Dental Implant Seminars

Máxima calidad en la producción de circonio

Por Dental Tribune Latin America

Amann Girschbach marca la pauta en la producción de óxido de circonio de alta gama con Paramount Processing, gracias a unos exhaustivos métodos de ensayo con el material, que consiguen unas propiedades que garantizan una estética y durabilidad máximas.

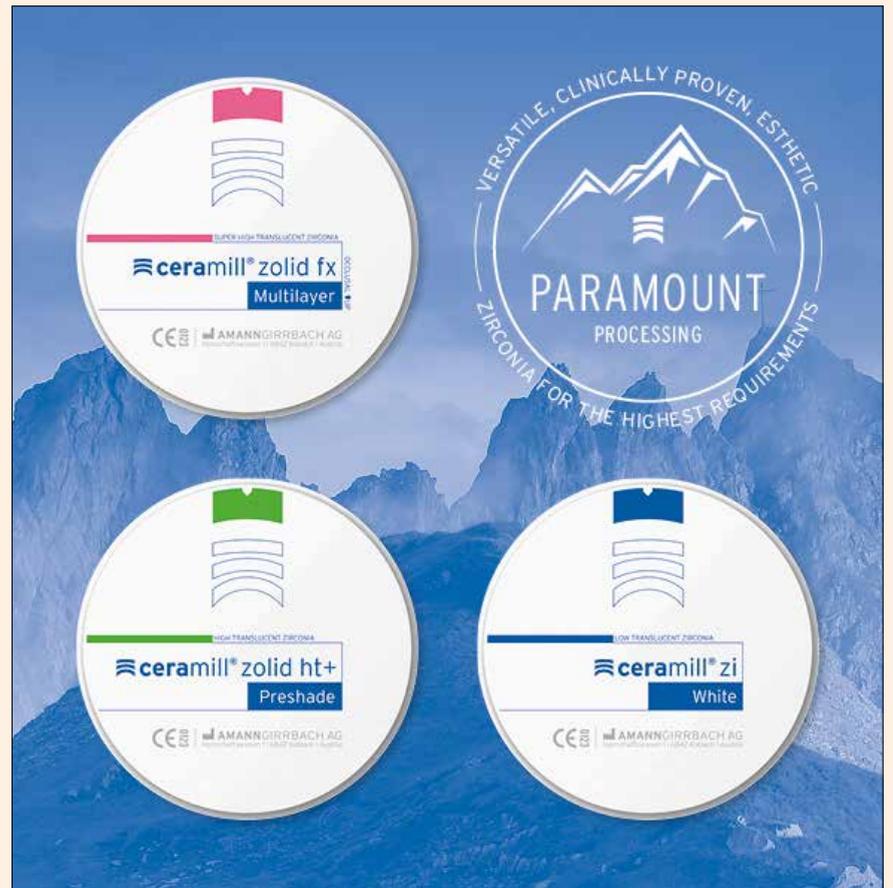
El óxido de circonio no es igual al óxido de circonio procesado para obtener una pieza en bruto. Un determinante de la calidad que el técnico dental puede obtener del material es el control óptimo de toda la cadena de producción, desde el polvo hasta la pieza en bruto. Por eso, Amann Girschbach realiza toda la producción de las piezas en bruto de Zolid DNA en sus propias instalaciones, en Austria.

Allí, desde hace años, Amann Girschbach transforma las mejores materias primas en procesos establecidos y certificados. Esta es la única manera de poder asegurar que todos los parámetros de los materiales estén adaptados adecuadamente a los requisitos odontotécnicos, y que el material se integre perfectamente en el

flujo de trabajo de Zolid DNA.

Para ello, Amann Girschbach emplea métodos de ensayo muy estrictos que superan con creces el alcance habitual. La norma es el análisis de los parámetros relevantes para la seguridad, como las propiedades mecánicas, la estabilidad a largo plazo, la biocompatibilidad, las microestructura o la abrasión.

Los expertos de Amann Girschbach miden una docena de propiedades más. Entre ellas, el color y la fresabilidad, la calidad de la superficie y el comportamiento en la tinción, la translucidez y el desgaste de las herramientas. Gracias a este procedimiento optimizado de Paramount Processing, los usuarios de Zolid DNA pueden



El procesador de óxido de circonio Paramount Processing y los tres colores de restauración a base de este material de la línea Ceramill.

ofrecer a sus clientes una estética y una durabilidad máximas empleando un proceso que también es eficaz para ellos.

Recursos

- AG: www.amanngirschbach.com/es/home/



sin límites



por tu amor.



ZOLID HT+ - ESTÉTICA NATURAL CON MÁXIMA RESISTENCIA

Restauraciones en la región anterior requieren materiales de alto valor estético. En particular, las propiedades ópticas son de gran importancia. Zolid HT+ combina de forma única una estética excepcional con elevadas propiedades mecánicas de forma que incluso las estructuras masivas emiten la vitalidad de la sustancia dental natural. Para una excelencia constante en los resultados.



Miles Reed Cone DMD MS CDT FACP, Nuance Dental Specialists, Estados Unidos



MDT Joachim Maier, Joachim Maier DENTAL DESIGN, Alemania

Obtenga los casos completos de los pacientes! Solicite ahora la revista BYT en: amanngirschbach.com/byt

www.amanngirschbach.com

Supera el miedo al dentista

La Dra. Carolina Bechara ofrece una descripción sobre el miedo al dentista explicada desde el punto de vista del paciente, lo que puede ayudar al profesional a entender esta extendida problemática.

El miedo es una emoción que se caracteriza por una intensa sensación desagradable provocada por la percepción de un peligro real o supuesto. Es una emoción primaria que se deriva de la aversión natural al riesgo o la amenaza y se manifiesta en todos los animales, incluyendo al ser humano, “y su máxima expresión es el terror.

¿Recuerdan en la película de **Intensa-Mente (“Inside Out”)**, el muñeco morado? Representaba el miedo y nos ayudará a explicar un poco cómo funciona el cerebro. Este muñeco morado representa el Cuerpo Amigdalino o amígdala cerebral, formada por varias neuronas cuyo papel principal es el procesamiento y almacenamiento de las reacciones emocionales; éste viaja al hipotálamo quien activa el sistema nervioso, el cual se encargará de liberar dopamina, adrenalina, noradrenalina, neurotransmisores vinculados a las respuestas de estrés.

¿Recuerdan que en la película se generaba una bola con un episodio bueno, malo o triste que viajaba a un centro de recuerdos? Así pasa en nuestro cerebro, una vez procesado un estímulo que nos produce miedo, lo almacenamos en nuestra memoria y siempre generará la misma reacción en nosotros, el cerebro es un gran archivo de recuerdos.

El miedo al dentista es, ciertamente, el sentimiento que más se repite en la consulta de todos los odontólogos, y no solo en los pequeños, si no también en los adultos, es por ello que el profesional debe estar altamente capacitado, no solo para atender pacientes aprehensivos, sino para brindarle la mejor experiencia posible durante el tratamiento.

Por esta razón, muchos pacientes evitan visitar al dentista y es en este momento que aparecen los problemas dentales ocasionados por la no visita al odontólogo.

Miedos hay muchos. Miedo a la vergüenza que pueden sentir los pacientes por la fobia al odontólogo, miedo por las malas experiencias anteriores, miedos a los pinchazos de la anestesia, miedo a mantener la boca abierta durante largo tiempo, miedo al instrumental a utilizar, miedo al tratamiento, en fin, el miedo al dentista es un hecho muy común en cada consultorio, más de lo que creemos y estamos conscientes de ello, pero, ¿estamos preparados para saber enfrentarlos.

tificar la razón de nuestro miedo, qué nos da ansiedad del dentista. Una vez identificado el problema, debemos elegir una clínica y un profesional que nos inspire confianza, podemos preguntarle a familiares y amigos sobre alguno al que hayan asistido. Si no sienten conexión con el profesional, es mejor elegir otro, pues no superaremos la barrera del miedo si no nos sentimos cómodos con él. Ya elegido el lugar y el dentista, debemos pedir cita con hora, para vernos obligados a asistir y no tener la posibilidad para arrepentirnos. Antes de asistir a la consulta, es necesario prepararnos mentalmente, realizar actividades que nos relajen, evi-

“Más que preocuparnos por si va a doler o no, debemos pensar en los beneficios que se van a obtener con el tratamiento”.



Por
**Carolina
Bechara**

simple revisión, donde se realiza un plan de tratamiento, es decir, no se hace ninguna intervención. Es importante en esta cita hacer todas las preguntas que se tengan sobre el tratamiento a realizar. Si tenemos miedo a sentir miedo, preguntar si existe la posibilidad de sedación. Igualmente, se deben establecer señales con el profesional para indicar el momento en que se siente dolor. Es importante que cuando salgamos de la primera consulta, todas las dudas estén resueltas.

Más que preocuparnos por el tratamiento, de si va a doler o no, debemos pensar en los beneficios que se van a obtener con el tratamiento: una buena salud bucal, y solo regresaremos para revisiones periódicas y limpieza dental. Somos perfectamente capaces de super-



Foto: M.T ElGassier/Unsplash

Lo primero que debemos hacer es identificar la razón de nuestro miedo, qué nos da ansiedad del dentista.

¿Qué hacer para enfrentar el miedo?

Simple, atentos y verán cómo mejora todo.

Lo primero que debemos hacer es iden-

tar todo aquello que nos produzca ansiedad. Durante el momento de la espera, igualmente debemos evitar focos de alteración y si ir acompañados nos ayuda a distraernos, pedirle a alguien que venga con nosotros.

Generalmente, la primera visita es una

ar el miedo al dentista, que es un profesional con todas las herramientas necesarias para devolverle a los pacientes la sonrisa deseada, y solo será recordado dando una buena calidad de atención. Para el odontólogo, es mejor prevenir que curar. **DT**

** La doctora Carolina Bechara Amengual, odontóloga egresada de la Universidad Central de Venezuela, trabajó en diversas instituciones venezolanas de salud pública durante 14 años y actualmente ejerce en Chile.*



**BONE, BIOMATERIALS
& BEYOND ACADEMY**
Guided Bone Regeneration Symposium

Saturday, March 28th 2020
Barceló Convention Center
Seville, SPAIN

**Código de descuento para
Dental Tribune Latin America: AL2019**



**Bone,
Biomaterials
& Beyond**
Academy

EXPO ENTAL

SALÓN INTERNACIONAL DE EQUIPOS,
PRODUCTOS Y SERVICIOS DENTALES
INTERNATIONAL DENTAL EQUIPMENT,
SUPPLIES AND SERVICES SHOW

12-14
Marzo
March
2020



TECNOLOGÍA AL SERVICIO DE LOS PROFESIONALES
TECHNOLOGY AT THE SERVICE OF THE PROFESSIONALS



expodental.es

Promueve / Promoted by:

federación española
de empresas de

fenin

TECNOLOGÍA SANITARIA

País invitado / Guest country:

