

#DORDEDENTE: O QUE OS USUÁRIOS DO INSTAGRAM® QUEREM DIZER COM ISSO?

CATARINA BORGES DA FONSECA CUMERLATO¹; LUÍSA JARDIM CORRÊA DE OLIVEIRA²; MARCOS BRITTO CORRÊA³

¹ Graduação em Odontologia – UFPel – catarinacumerlato@hotmail.com

² Programa de Pós-Graduação em Odontologia – UFPel – luisacorreadeoliveira@hotmail.com

³ Programa de Pós-Graduação em Odontologia – UFPel – marcosbrittocorrea@hotmail.com

1. INTRODUÇÃO

Redes sociais na internet são estruturas sociais que podem ser formadas por pessoas, empresas, e/ou organizações, conectadas entre si, com o objetivo de trocar valores, experiências e informações comuns, por meio de relacionamentos horizontais e não-hierárquicos entre os participantes.

No Brasil, segundo o estudo da We Are Social, existem 110 milhões de usuários de internet (54% da população brasileira), sendo que desses 110 milhões, 96 milhões, têm perfis em redes sociais.

De acordo com COHEN et al. (2009) e PAU et al. (2007) a manifestação aguda mais comum de dor orofacial é a dor de origem dental, experiência essa estressante e muito dolorosa que pode levar a ausência do indivíduo na escola e/ou trabalho, afetando a vida das pessoas. Estudo recente mostrou que redes sociais são utilizadas pelos usuários para comunicar experiências de dor dentária, incluindo ações tomadas para cessar a dor, descrições dos impactos causados na rotina diária, entre outros (HEAIVILIN, et al., 2011), podendo ser um instrumento interessante para análise de comportamentos e disseminação de informação em saúde. O Instagram® é um meio de comunicação social que permite que seus usuários compartilhem fotos e vídeos online para seus seguidores, e ao mesmo tempo possibilita o uso das "Hashtags", que são usadas para o post fornecer um link para posts relacionados com a mesma. Por ser uma rede social relativamente nova, nenhum estudo analisou aspectos relacionados a dor de dente manifestada pelos seus usuários.

Neste sentido o objetivo deste trabalho foi avaliar o que os usuários do Instagram® manifestam quando usam a #Dordedente.

2. METODOLOGIA

O delineamento deste estudo foi de caráter transversal, realizado a partir da análise de 500 publicações feitas no Instagram®. Foram coletadas, através de prints, as 500 postagens mais recentes que continham a #Dordedente no dia 3 de julho de 2015 às 18:00h, para posterior análise do seu conteúdo.

Depois de registradas as imagens, elas foram organizadas em cinco arquivos no Word 2013, cada arquivo contendo 100 postagens, a fim de facilitar a análise das mesmas. Tendo as publicações organizadas em ordem, da mais recente para a menos, foi possível passar para a etapa de coleta dos dados.

Como a rede social Instagram® não disponibiliza as características dos usuários, informações como sexo e idade foram registradas de acordo com a aparência das pessoas nas fotografias (quando possível). A causa da dor, o impacto na vida diária, e a medida tomada para sanar a dor foram consideradas quando estavam explicitamente declaradas pelo usuário através da foto ou da

legenda. Já os sentimentos em relação à dor foram interpretados através das imagens, declarações e *emojis*, que são caracteres de figuras específicas utilizados em redes sociais.

Os dados de interesse foram coletados e organizados em um banco de dados criado no Excel 2013 para que as postagens pudessem ser classificadas em categorias de acordo com o conteúdo. Foi realizada análise descritiva para verificar as frequências relativas e absolutas das informações.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Até a data da busca, 6.101 publicações estavam relacionadas a #Dordedente. Dos 500 posts analisados, 76% se referiam a auto declaração de dor, onde o usuário normalmente publicava uma foto sua na qual podia-se notar através da fisionomia da pessoa sentimentos relacionados ao sofrimento. Além do texto que seguia logo abaixo da imagem descrevendo a foto, que com frequência deixava explícito o incômodo que a dor de origem dental causa e o quanto afeta na rotina diária das pessoas.

Com relação às características dos usuários, 54% eram do sexo feminino, 20,4% do sexo masculino e os 25,6% restantes eram perfis de clínicas/empresas, ou não foi possível identificar o sexo do usuário. Aparentemente, 34,4% dos usuários eram adultos, 18,6% eram adolescentes e apenas 1,2% eram crianças.

Apenas 70 postagens relataram a causa da sua dor, e dessas a mais frequente foi a erupção dos terceiros molares (67%), seguida do uso de aparelhos ortodônticos (20%).

Das postagens analisadas, 16,8% explicitaram algum impacto na rotina diária dos usuários, dentre os quais predominaram dificuldades na alimentação (45,2%), no sono (26,2%) e no lazer (20,5%).

Do total das 500 postagens, em 101 as pessoas declararam ter tomado alguma medida para contornar a dor como ir ao dentista (9,2%), fazer repouso (8,4%) e fazer uso de medicações (7,6%).

Em mais da metade das postagens (52%) foi possível observar o sentimento dos usuários em relação à dor de dente. O sentimento de tristeza foi manifestado em 47% das postagens, através de fotos do próprio rosto do usuário com uma fisionomia triste, de choro e sem sorrisos e também devido ao uso de *emojis* chorando na legenda da imagem. Sentimento de resignação, onde o usuário se mostrava conformado com a dor apareceu em 23,5% das postagens, por meio de frases como “*Ei dor, eu não te escuto mais.*”, “*Um brinde as dores!*”, “*E hj foi assim...Fds em casa...De molho, oq resta eh curtir um som!!*”.

Ainda, 15,4% das pessoas expressaram sentimento de fé e esperança frente a dor de dente, que foi percebido por legendas como “*Ainda que não me reste mais força alguma ainda assim te louvarei.*”, “*Obrigada Jesus por tudo.*”, “*A sorte foi lançada, as cartas tão na mesa, foco, força, fé e uma única certeza!*”.

4. CONCLUSÕES

Com esse estudo podemos concluir que as redes sociais têm se mostrado bastante úteis tanto para o indivíduo expressar seu estado diário quanto para se observar o impacto que, neste caso, a dor de origem dental pode causar na vida das pessoas. Além de servir como um meio de comunicação entre o usuário e seus seguidores, com cunho informativo e/ou de propagandas. E que a maioria das postagens são de usuários que auto declararam estar com dor de dente, do sexo feminino, e aparentemente de idade adulta.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

HEAIVILIN, N; GERBERT, B; PAGE, JE; GIBBS, JL. Public Health Surveillance of Dental Pain via Twitter. **Journal of Dental Research**, Califórnia, v.90, n.9, p.1047-1051, 2011.

COHEN, LA; BONITO, AJ; AKIN, DR; MANSKI, RJ; MACEK, MD; EDWARDS, RR; CORNELIUS, LJ. Toothache pain: behavioral impact and self-care strategies. **Special Care in Dentistry**, Carolina do Norte, v.29, n.2, p.85-95, 2009.

PAU, A; CROUCHER, RE; MARCENES, W. Demographic and socio- economic correlates of dental pain among adults in the United Kingdom, 1998. **British Dental Journal**, Londres, v.202, n.21, p.1-5, 2007.

We Are Brasil. **Conheça as tendências mundiais para internet, mobile e redes sociais para este ano**. Proxxima, São Paulo, 21 jan. 2015. Especiais. Acessado em 15 jul. 2015. Online. Disponível em: <http://www.proxxima.com.br/home/mobile/2015/01/21/.html>