

REDES SOCIAIS PARA ATIVIDADES EXTENSIONISTAS REMOTAS - ANÁLISE DE EXPERIÊNCIA NO PRÓ-SORRISO

LETÍCIA S PIRES¹; FRANÇOISE H VAN-DE-SANDE²

¹*Universidade Federal de Pelotas- Faculdade de Odontologia – leticia.sp17@hotmail.com*

²*Universidade Federal de Pelotas- Faculdade de Odontologia – francoise.leite@ufpel.edu.br*

1. INTRODUÇÃO

Situado na Faculdade de Odontologia de Pelotas, o Projeto Pró-Sorriso tem como foco principal fornecer atendimento odontológico integral a adolescentes (12 a 18 anos de idade), e também inclui jovens (19 a 25 anos de idade), prioritariamente acadêmicos da Universidade Federal de Pelotas (UFPel) em situação de vulnerabilidade social. Considera-se importante o atendimento odontológico neste ciclo de vida, já que uma saúde bucal insatisfatória neste período poderá promover impactos negativos na qualidade de vida do adolescente e do jovem, e no futuro, impactar suas relações interpessoais, seu ingresso ao mercado de trabalho, dentre outros prejuízos (BENDO et al. 2014).

A pandemia, causada pelo novo coronavírus SARS-CoV-2 ou simplesmente COVID-19, exigiu que os governos implementassem políticas preventivas para conter a disseminação do vírus, e com isto, a UFPel (UFPEL 2020), assim como outras instituições de ensino, suspenderam suas atividades presenciais. Consequentemente, as atividades extensionistas presenciais do projeto foram suspensas. Na busca de alternativas de comunicação seguras, outros meios passaram a ser adotados, essencialmente via internet, uma vez que esta tecnologia permite a disponibilização de informações de forma fácil, rápida, em qualquer local e horário (CAVALCANTE et al. 2017).

Neste contexto, o Projeto Pró-Sorriso passou a desenvolver publicações em uma rede social (Instagram) para manter o contato com os alunos da UFPel e população em geral, divulgando conhecimentos sobre diversos temas relacionados a saúde bucal. O objetivo do presente trabalho é apresentar e analisar as experiências com a divulgação de textos informativos via rede social.

2. METODOLOGIA

Para o desenvolvimento dos textos, buscas a literatura foram realizadas utilizando principalmente a plataforma PubMed (pubmed.ncbi.nlm.nih.gov). Após a seleção dos artigos e a redação, o design era feito no site CANVA (www.canva.com). Para cada tópico, a Coordenação do projeto encaminhava um convite de revisão para um professor ou pós-graduando, que seria responsável pela revisão do material. A periodicidade de publicação estipulada foi semanal. No dia anterior às postagens foram realizadas enquetes por stories, as quais faziam algum questionamento sobre o tema que seria abordado no dia seguinte. Os tópicos foram desenvolvidos de maneiras distintas para avaliar qual forma ocasionaria maior visibilidade com o público.

O Instagram, plataforma utilizada para a divulgação das publicações, fornece informações para contas profissionais, como: “Encaminhamentos” número de vezes em que a publicação foi enviada para outra pessoa; “Salvo” número de vezes em que a publicação foi salva para ser lida ou relembrada depois; “Visitas ao perfil” número de pessoas que olharam o perfil a partir daquela publicação; “Curtidas”

número de pessoas que curtiram a postagem; e “Alcance” número de contas alcançadas a partir daquela publicação. Ao longo do texto, o conjunto destes componentes foram chamados de “visibilidade”. Em posse dos dados, foram realizadas análises preliminares, e após, foram realizados testes de correlação de Kendall (IBM SPSS Statistics versão 23) para avaliar as características dos textos (número de: palavras, páginas, palavras técnicas, e palavras técnicas totais contabilizando suas repetições no texto) em relação aos componentes de visibilidade na plataforma social.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Entre junho e setembro de 2020 foram realizadas 14 publicações que resultaram em 144 novos seguidores no Instagram do projeto (<https://www.instagram.com/projetoprosoriso/>). Foi realizada em média 1 postagem por semana, sobre diversos temas relacionados a odontologia (Quadro 1). Em média, as postagens obtiveram 50 curtidas (± 16), com alcance de 350 (± 87). O número de palavras nos textos variou entre 51 e 549, enquanto que o número de palavras técnicas variou entre 0 e 23. Os dados completos de acordo com cada texto postado estão apresentados na Tabela 1.

1	Importância do atendimento odontológico na gravidez (https://www.instagram.com/p/CA-eaemAW4r/)
2	Relação da cárie com a obesidade. (https://www.instagram.com/p/CBTN877ABFV/)
3	Qual escova, qual pasta de dentes escolher e como utilizar o fio dental (https://www.instagram.com/p/CBoabcuqj3U/)
4	Doenças bucais, um problema de saúde pública (https://www.instagram.com/p/CCMhwUZgS3e/)
5	Recomendação a respeito dos enxaguantes bucais (https://www.instagram.com/p/CCcDtGkqYaY/)
6	Leite causa cárie, mito ou verdade? (https://www.instagram.com/p/CDCKj4JjaUc/)
7	Dicas de saúde bucal infantil (https://www.instagram.com/p/CDUmM5fgyoa/)
8	O uso de pastas a base de carvão ativado (https://www.instagram.com/p/CDmqLXxATmL/)
9	O uso de pastas clareadoras (https://www.instagram.com/p/CD4qdEYgxBg/).
10	O uso do chiclete sem açúcar e seu benefício na cavidade bucal (https://www.instagram.com/p/CEKqiHnA5Oy/)
11	O uso do chiclete sem açúcar para alívio dos sintomas de “boca seca” em pacientes com câncer de cabeça e pescoço (https://www.instagram.com/p/CEcsbXUATrq/)
12	Hora de trocar a escova (https://www.instagram.com/p/CEkX6yVgWKW/)
13	Formas de higienizar a língua (https://www.instagram.com/p/CEuwohRAxV3/)
14	Clareamento, mitos e verdades (https://www.instagram.com/p/CE-KZvrA_cZ/)

Quadro 1. Publicações no Instagram do Projeto Pós-Sorriso.

Ao analisar as diferentes características das postagens, não foi detectada uma correlação significativa entre o número de palavras e páginas em relação à visibilidade no Instagram (Tabela 2). Assim, embora os textos divulgados em redes sociais sejam normalmente bem resumidos, permitindo sua leitura rápida, textos um pouco mais longos não parecem impactar sua visibilidade. Contudo, ressalta-se que não é possível determinar se o conteúdo foi apenas visualizado ou lido na íntegra, sendo a presente análise limitada aos componentes disponibilizados no Instagram. Curiosamente, o uso de palavras técnicas e visitas ao perfil apresentou

uma correlação positiva, moderada e significativa (Tabela 2), ou seja, textos com mais palavras técnicas foram associados à mais visitas ao perfil a partir dos mesmos. É provável que a maior parte dos novos seguidores do projeto sejam alunos de odontologia, com interesse em temas que apresentam termos técnicos da área, mas, como esta variável não foi obtida não é possível afirmar. Avaliações adicionais com um número maior de postagens devem ser realizadas para confirmar os achados.

Tabela 1. Visibilidade e características de acordo com as postagens 1 a 14 no Instagram do projeto Pró-Sorriso.

	Curtidas	Enc	Salvos	Visitas_perfil	Alcance	N_palavras	N_pág	N_palavras_técnicas*	N_palavras_técnicas_totais
1	48	6	4	28	316	317	1	23	26
2	30	14	2	14	276	297	1	4	4
3	67	20	6	28	506	98	1	5	6
4	40	2	3	21	327	549	5	10	14
5	30	11	0	8	281	52	1	1	1
6	52	7	2	7	287	348	4	16	26
7	29	5	2	2	247	205	1	1	1
8	75	51	10	18	449	141	2	5	5
9	44	2	2	5	331	172	2	4	8
10	79	21	8	17	495	146	3	1	3
11	54	5	3	5	456	128	3	1	1
12	51	11	2	9	314	51	1	0	0
13	36	12	1	3	285	77	1	3	3
14	60	7	5	5	327	74	1	0	0

Notas. Enc - encaminhamentos; N - número; pág – páginas; *Palavras técnicas: biofilme, esmalte dental, dentina, pH, fluorose, dentre outras.

Tabela 2. Correlação entre as características dos textos postados e componentes de visibilidade na plataforma social.

		Curtidas	Encaminhamentos	Salvos	Visitas-perfil	Alcance
N_palavras	coef	-0,066	-0,214	0,094	0,124	-0,066
	p	0,742	0,295	0,653	0,544	0,742
N_páginas	coef	0,256	-0,192	0,215	0,110	0,351
	p	0,244	0,389	0,346	0,622	0,111
N_palavras_técnicas	coef	0,035	-0,012	0,148	0,426*	0,058
	p	0,867	0,955	0,492	0,043	0,780
N_palavras_técnicas_totais	coef	0,046	-0,023	0,121	0,407	0,069
	p	0,825	0,911	0,570	0,051	0,740

Notas: N - número; coef - coeficiente de correlação; *correlação significativa em 0,05.

É importante destacar que diferentes tópicos foram apresentados, o que por si só podem despertar maior ou menor interesse do público. Percebeu-se um maior alcance da postagem sobre qual pasta e escova de dentes escolher (3), assim, apesar de ser um assunto simples, é provável que muitas pessoas tenham dúvidas acerca deste tema. Adicionalmente, a postagem com informações sobre o uso de pastas de dente a base de carvão ativado (8) recebeu o maior número de encaminhamentos, possivelmente por existir um grande *marketing* nas redes

sociais. Nestes casos, divulgar informações de eficácia ou riscos associados aos produtos é muito importante, sobretudo porque muitas vezes as pessoas são influenciadas ao uso de produtos, mesmo desconhecendo seus efeitos, como foi apontado por (DEMARCO et al. 2016) em uma revisão sobre agentes clareadores. Outra postagem em destaque foi sobre os benefícios do uso do chiclete sem açúcar (10), com o maior número de curtidas e com grande alcance. O consumo de chiclete tem crescido na sociedade conforme apontado por uma pesquisa realizada pelo grupo Mintel (Mintel Group Ltd.), onde registrou-se no Brasil um faturamento de R\$ 10,2 bilhões no setor de balas e chicles em 2011, com tendência de crescimento. A pesquisa também mostrou que boa parte dos consumidores opta por chicles sem açúcar, que representaram cerca de 44% das vendas. Assim, informações positivas sobre produtos de uso comum podem ter despertado este maior interesse.

O Instagram fornece também informações sobre o horário em que os seguidores estão mais ativos conforme o dia da semana, e a partir disto, observou-se que postagens realizadas nas sextas-feiras parecem ter menos alcance quando comparadas às realizadas entre o início e o meio da semana. No entanto, esta informação precisará ser coletada objetivamente para ser testada no futuro.

Além de seguir com as postagens no Instagram, está em desenvolvimento o site do projeto. Um dos objetivos será ampliar a comunicação com os pacientes, enviando mensagens que irão diretamente para o e-mail do projeto, facilitando a comunicação durante as atividades remotas e mesmo após o retorno presencial. Por fim, a partir destas experiências outras ideias surgiram, como introduzir conteúdos em vídeos e promover palestras com professores convidados como parte das atividades do projeto.

4. CONCLUSÕES

Os conteúdos desenvolvidos e publicados em rede social foram importantes para manter Projeto Pró-Sorriso ativo, aumentando sua visibilidade, permitindo a interação com o público, alunos e profissionais de Odontologia, como forma de adaptação ao cenário imposto pela pandemia. Com estas análises iniciais, o projeto pretende dar continuidade as publicações, coletando mais dados para análises subsequentes para melhorar a forma de divulgação e engajamento com o público.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CAVALCANTE, RB et al. Inclusão digital e uso de tecnologias de Informação: a saúde do adolescente em foco. **Perspect. Ciênc. Inf.** Belo Horizonte, v.22, n.4, p.3-21, 2017.

BENDO, CB et al. Impacto das condições bucais na qualidade de vida dos indivíduos. **Rev. Assoc. Paul. Cir. Dent.** São Paulo, v.68, n.3, 2014.

DEMARCO, FF et al. Produtos de autocuidado para clareamento dental. **RFO UPF.** Passo Fundo, v.21, n.1, 2016.

UFPEL. **Suspensão das atividades acadêmicas.** Coordenação de comunicação social, Pelotas, 13 marc. 2020. Acessado em 24 set. 2020. Online. Disponível em: <https://ccs2.ufpel.edu.br/wp/2020/03/13/ufpel-suspende-atividades-academicas-por-tres-semanas/>

MINTEL. **Faturamento do mercado de balas e chicles.** Brasil, Mintel; 2013. Acessado em 15 set. 2020. Online. Disponível em: <https://brasil.mintel.com>