

## Uso da mídia social associada à promoção de saúde em Odontologia

### Use of social media associated with health promotion in Dentistry

### Uso de redes sociales asociado a la promoción de salud en Odontología

Bárbara Monteiro Pessôa Fernandes<sup>1</sup>, Caroline de Moura Martins Lobo dos Santos<sup>1</sup>, Carolina Abbott Souto<sup>1</sup>, Juliana Soria de Araújo<sup>1</sup>, Paulo Cesar Camilo Jorge<sup>1</sup>, Manoel Miranda Sergio<sup>1</sup>, Cláudia Torres Coscarelli<sup>2</sup>, Olívia Coutinho Gonçalves<sup>1</sup>

1 Departamento de Odontologia, Sesc Santa Luzia, Rio de Janeiro (RJ), Brasil.

2 Departamento de Odontologia, Sesc Santa RJ, Rio de Janeiro (RJ), Brasil.

Autor correspondente: Bárbara Monteiro Pessôa Fernandes

E-mail: bmpfernandes@gmail.com

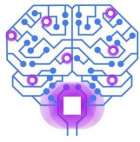
### Resumo

O presente trabalho visa realizar um levantamento quanto à disseminação de informações de promoção em saúde pela Odontologia do Sesc RJ, através dos perfis do Instagram @sescrj e @sescsantaluziarj, durante o período de isolamento social; e determinar se essa prática deve ser mantida. Foi realizada uma avaliação métrica quanto ao número de seguidores, postagens no formato de *reels* e suas visualizações até julho de 2022. O perfil do Sesc RJ contabilizava um total de 126000 seguidores, 76 publicações e alcance de 823795 e o do Sesc Santa Luzia de 3405, 55 e 67965, respectivamente. Com os resultados obtidos, avaliou-se que a alternativa de expansão do conhecimento em saúde pela abordagem tecnológica foi bem sucedida e deve ser mantida mesmo após o fim da pandemia.

**Descritores:** Promoção da Saúde; Odontologia; Mídias Sociais

### Abstract

This study intends to carry out a research on the dissemination of health promotion information by Sesc RJ Dentistry, through the Instagram profiles @sescrj and @sescsantaluziarj, during the period of social isolation; and to determine whether this practice should be maintained. A metric evaluation was applied regarding the number of



followers, posts in the format of reels and their views until July 2022. The profile of Sesc RJ had a total of 126000 followers, 76 publications and a reach of 823795 and that of Sesc Santa Luzia of 3405, 55 and 67965, respectively. With the results obtained, it was evaluated that the alternative of expanding knowledge in health through the technological approach was successful and that it should be maintained even after the end of the pandemic.

**Keywords:** Health Promotion; Dentistry; Social Midia

## Resumen

El presente trabajo tiene como objetivo realizar una encuesta sobre la difusión de información de promoción de la salud por parte de Odontología Sesc RJ, a través de los perfiles de Instagram @sescrj y @sescsantaluziarj, durante el período de aislamiento social; y determinar si se debe mantener esta práctica. Se realizó una evaluación métrica del número de seguidores, publicaciones en formato de *reels* y sus visualizaciones hasta julio de 2022. El perfil de Sesc RJ tenía un total de 126000 seguidores, 76 publicaciones y un alcance de 823795 y el de Sesc Santa Luzia de 3405, 55 y 67965, respectivamente. Con los resultados obtenidos, se evaluó que la alternativa de ampliar conocimientos en salud a través del enfoque tecnológico fue exitosa y que debe mantenerse aún después del fin de la pandemia.

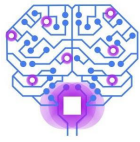
**Descriptores:** Promoción de la Salud; Odontología; Medios de Comunicación Sociales

## Introdução

O conceito de saúde, conforme apontado pela Organização Mundial de Saúde (OMS), não se limita somente à ausência de doença ou enfermidade, mas deve ser entendido como um conjunto de elementos a fim de proporcionar bem-estar físico, mental e social. <sup>(1)</sup>

A promoção de saúde bucal transcende a dimensão técnica da prática odontológica, sendo integrada às demais práticas de saúde visando a redução de fatores de risco. <sup>(1;2)</sup>

Segundo as diretrizes da Política Nacional de Saúde Bucal, a principal característica da educação em saúde bucal é oferecer meios que assegurem a



autonomia dos indivíduos no manejo do processo saúde-doença e no direcionamento de seus hábitos objetivando seu bem-estar. Essas diretrizes buscam garantir ações de promoção, prevenção, recuperação e manutenção da saúde bucal dos brasileiros e têm como alicerces o acesso universal e a assistência integral em saúde bucal. <sup>(3)</sup>

A Política Nacional de Saúde Bucal vem sendo construída há muitas décadas por diversos setores da sociedade, como, por exemplo, o Serviço Social do Comércio (Sesc). <sup>(3)</sup>

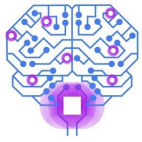
A educação em saúde, seja presencial ou utilizando ferramentas digitais, atua como um processo interdisciplinar de construção de conhecimento. <sup>(1)</sup>

Todo indivíduo possui redes de apoio que são caracterizadas pela soma das pessoas que o auxiliam no enfrentamento de desafios e de vulnerabilidades, tanto no âmbito pessoal como coletivo. Dentre as redes de apoio têm-se as redes sociais, que são constituídas por família, amigos, relações de trabalho ou estudo e relações comunitárias. Esses contatos sociais permitem a possibilidade de compartilhamento de experiências e promovem saúde. <sup>(2)</sup>

As mídias sociais são definidas como um grupo de aplicativos de internet que permite a criação e a troca de conteúdo gerada pelo usuário. Nos últimos anos, elas se proliferaram como uma ferramenta de contato social, permitindo novas oportunidades para se comunicar, se conectar, criar e compartilhar informações, sem exigir habilidades excepcionais, sendo consideradas um dos meios de comunicação mais poderosos do século XXI. <sup>(4)</sup>

A evolução dos dispositivos móveis possibilita uma gama de recursos que beneficiam a aquisição de conhecimento e aprendizagem por meio do uso de *smartphones*, *laptops*, *tablets* e demais equipamentos, possibilitando o acesso às informações em qualquer lugar a qualquer momento. <sup>(1)</sup> E na medida em que as pessoas se tornam cada vez mais fluentes no uso de novas tecnologias, a forma de comunicação entre profissionais de saúde e pacientes muda. <sup>(4)</sup>

A Saúde Digital compreende o uso de recursos de Tecnologia de Informação e Comunicação para produzir e disponibilizar informações confiáveis sobre o estado de saúde para os cidadãos, profissionais de saúde e gestores públicos. <sup>(5)</sup> Quanto mais tecnológico o mundo se torna, mais o setor de saúde visualiza as mídias sociais como



um canal importante para promoção de saúde, emprego, recrutamento de novos clientes ou pacientes, e marketing. <sup>(4)</sup>

As vantagens do uso das mídias sociais nos cuidados de saúde incluem comunicação aprimorada e bilateral, redução do tempo de consulta, suavização da hierarquia, trabalho em equipe mais eficiente e capacidade de construir conexões entre as pessoas. <sup>(4)</sup>

As mídias sociais facilitam o acesso às informações de saúde para grupos populacionais ampliados, independentemente da localização geográfica, idade ou escolaridade, sem o alto custo e com a manutenção da informação durante 24 horas por dia, sete dias por semana, em comparação com os métodos tradicionais de comunicação. <sup>(4)</sup>

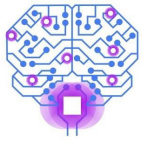
No entanto, semelhante à maioria das tecnologias, as mídias sociais têm suas desvantagens. No setor de saúde, isso inclui aumento da carga de trabalho, risco de comportamento não profissional, disparidade no senso de urgência, senso exigente de necessidade de se permanecer conectado durante 24 horas por dia, violação de privacidade, mudança da relação paciente-médico de profissional para pessoal, dentre outros. <sup>(4)</sup>

Apesar das desvantagens, não se deve privar-se de usar as mídias sociais, pois há muitos benefícios resultando no aumento do alcance e do impacto do trabalho dos profissionais e na melhora da saúde dos pacientes. <sup>(4)</sup>

Desde 2020, as plataformas de mídias sociais tornaram-se ainda mais úteis para manter a comunicação com amigos e familiares e reduzir o isolamento e a sensação de solidão, os quais poderiam provocar um impacto psicológico negativo <sup>(4)</sup> devido à pandemia do covid-19.

Naquele momento, houve um aumento na importância do atendimento virtual. O uso da tecnologia se tornou essencial e com um impacto repentino obrigou a população a se readaptar e estar ainda mais conectada. <sup>(1;6)</sup> No entanto, isso ainda é bastante limitado e desafiador nos cuidados de saúde virtuais. <sup>(6)</sup>

A mudança de paradigma na relação profissional-paciente ainda se faz necessária de modo que os profissionais de saúde reconheçam os impactos dos determinantes sociais de saúde no comportamento de busca de informações, os papéis



positivos e negativos das mídias sociais como mediadoras da saúde e seu uso para catalisar transformações no padrão de atendimento. <sup>(6)</sup> A limitação imposta pela covid-19 trouxe a interrupção das atividades de promoção de saúde presenciais e a necessidade de readequar as práticas relacionadas à educação em saúde, e as mídias sociais foram importantes meios para a disseminação desses conteúdos. <sup>(1)</sup>

Os profissionais de saúde devem atuar valorizando a prevenção e a promoção tanto quanto as práticas curativas, <sup>(1)</sup> e essa é uma premissa da Odontologia do Sesc RJ, tendo como eixo de trabalho a promoção de saúde oral.

Antes da pandemia o atendimento odontológico da unidade Santa Luzia do Sesc RJ apresentava um alcance médio de 3836 pacientes por mês. A suspensão dos atendimentos presenciais nesta unidade ao longo de 16 meses, fomentada pela covid-19, trouxe uma mudança de perspectiva quanto à manutenção de contato com os pacientes da clínica odontológica.

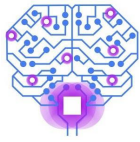
Com o objetivo de manter a educação em saúde no Sesc RJ, optou-se pelo uso das mídias sociais como ferramentas de expansão do conhecimento para promoção em saúde através de apresentações no formato de vídeos e informativos.

Dentre as mídias sociais utilizadas, destacam-se as publicações em formato de *reels* do Instagram. Este pode ser descrito como um vídeo que possui um formato curto (variando de três a 60 segundos de duração) e que pode ser compartilhado <sup>(7)</sup>, tendo sido o objeto de estudo deste trabalho.

O objetivo do presente trabalho foi realizar um levantamento quanto à disseminação de informações de promoção em saúde pela Odontologia do Sesc RJ através dos perfis do Instagram @sescrj e @sescsantaluziarj durante o período de isolamento social e determinar se essa prática deve ser mantida.

## **Métodos**

Esta pesquisa consiste em um levantamento quanto à disseminação de informações de promoção em saúde pela Odontologia durante um período de 15 meses pelo Instagram da Unidade Santa Luzia e de 18 meses pelo do Sesc RJ no formato de *reels*.



Os temas dos vídeos podem ser classificados de maneira geral em informativos sobre doenças, procedimentos odontológicos e práticas preventivas de saúde bucal. A escolha dos conteúdos foi baseada em campanhas de prevenção, datas comemorativas e assuntos julgados pela equipe como sendo de maior interesse pelo público ou que despertasse algum senso de curiosidade.

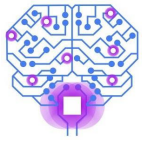
As publicações eram elaboradas por uma equipe em *home office* seguindo uma sequência de consolidação da ideia, execução do vídeo e aprovação pelo grupo. A equipe do Sesc Santa Luzia era composta por membros da própria unidade e a do Sesc RJ unia equipes de 10 unidades (Barra Mansa, Campos dos Goytacazes, Madureira, Niterói, Nova Friburgo, Nova Iguaçu, Santa Luzia, São Gonçalo, São João de Meriti e Teresópolis).

Para a avaliação métrica da propagação do conteúdo de educação em saúde nos perfis do Instagram foi utilizado o número de visualizações, que pode ser definido como uma instância numérica de engajamento após o usuário assistir ao *reels*.<sup>(7)</sup>

Também se levou em consideração o número de seguidores de cada perfil. Seguidores são usuários da mídia social que estão inscritos no perfil de outro usuário e, de acordo com esses números, as contas no Instagram podem ser categorizadas em baixo (menor que 10000), médio (de 10000 a 99999) e alto impacto (maior que 100000 seguidores).<sup>(7)</sup>

Além disso, foi realizado um levantamento quanto à média mensal de atendimentos em educação em saúde promovidos pela clínica odontológica do Sesc Santa Luzia no ano de 2019 que foi comparado aos dados deste mesmo tipo de atendimento em formato virtual nos anos seguintes.

Todos esses dados de 2019 a 2022 foram extraídos do sistema estatístico do Sesc (*BI Odontológico Power BI Desktop*), que são contabilizados no mês seguinte à produção realizada, baseados em informações de domínio público e disponibilizadas de forma agregada sem possibilidade de identificação individual. Sendo assim, também não foi possível avaliar nem quantificar parâmetros relacionados à interação do público. Dessa forma, é caracterizada a dispensa de aprovação do comitê de ética, seguindo a Resolução nº 674, de 06 de maio de 2022.<sup>(8)</sup>



## Resultados e Discussão

A produção e a disseminação de informação têm desempenhado um papel fundamental na história da humanidade. Ao longo dos anos, um número crescente de organizações de saúde pública, institutos médicos e profissionais de saúde estão usando ferramentas de mídias sociais para divulgar mensagens de saúde pública valiosas para o público em geral. <sup>(4)</sup>

O uso de mídias sociais pode ser uma estratégia fundamental para abordar alguns dos desafios e limitações frequentemente enfrentados pelos profissionais de saúde na comunicação por meio de disseminação mais rápida e barata, maior acessibilidade, melhor interação e maior empoderamento do paciente. As mídias sociais inegavelmente mudaram as relações paciente-profissional devido ao melhor entendimento dos pacientes sobre as informações de saúde e seu papel mais ativo na manutenção do bem-estar. <sup>(4)</sup>

Pesquisas mostram que até 80% dos usuários de internet buscam informações de saúde *on-line*. Plataformas de mídia social e compartilhamento de conteúdo desenvolveram-se como comunidades virtuais onde as pessoas trocam informações e opiniões e buscam apoio e conselhos. Especificamente, a busca de informações sobre saúde está entre as atividades *on-line* mais populares, com assuntos como dieta e nutrição, atividade física, sinais e sintomas e tratamentos. <sup>(6)</sup>

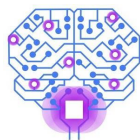
Na Odontologia, as mídias sociais têm desempenhado um papel importante ajudando os pacientes a lidar com desafios como a ansiedade e a elucidação de opções de tratamento odontológico de maneira conveniente e sem caráter intimidatório. <sup>(4)</sup>

As mídias sociais são de maneira geral fáceis de acessar de várias localizações geográficas e consideradas convenientes, oportunas e econômicas. <sup>(6)</sup>

Embora as plataformas de mídia social mais utilizadas sejam o YouTube (81%) e o Facebook (69%), o uso do Instagram vem crescendo e se encontra em terceiro lugar. <sup>(7)</sup>

O Instagram é uma plataforma de rede de mídia social que permite aos usuários compartilhar conteúdo de imagem e vídeo com a capacidade de se envolver e interagir com outros usuários seguindo, compartilhando, curtindo e comentando postagens. <sup>(7)</sup>





No Instagram há mais de um bilhão de usuários globalmente, sendo o maior grupo composto por indivíduos entre 25 e 34 anos. Em agosto de 2020, o público predominante era o feminino e o país com maior número de usuários era os Estados Unidos. <sup>(4)</sup>

Em agosto de 2022, o perfil no Instagram do Sesc RJ contabilizava um total de 126000 seguidores e o do Sesc Santa Luzia 3405 seguidores, os classificando como alto e baixo impacto, respectivamente. O perfil do Sesc RJ é regional, sendo mais amplo e contando com a colaboração de várias unidades operacionais, enquanto o do Sesc Santa Luzia envolve conteúdo produzido por uma única unidade, o que justifica a diversidade dos números.

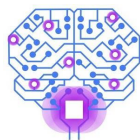
O Sesc RJ iniciou essa nova fase de compartilhamento de conteúdo de educação em saúde em Odontologia em fevereiro de 2021 e o Sesc Santa Luzia em maio do mesmo ano. O levantamento do número de visualizações e de publicações foi até julho de 2022.

As publicações realizadas no Instagram em formato de *reels* tiveram um total de 823795 visualizações ao longo de 18 meses no perfil do Sesc RJ e de 67965 visualizações em 15 meses no perfil do Sesc Santa Luzia (Tabela 1).

**Tabela 1** – Número (nº) de publicações da Odontologia e visualizações mês a mês em cada perfil

Mês/Ano	Sesc RJ		Sesc Santa Luzia	
	Nº Publicações	Nº Visualizações	Nº Publicações	Nº Visualizações
<i>Fev/21</i>	1	28251	-	-
<i>Mar/21</i>	2	41033	-	-
<i>Abr/21</i>	6	102984	-	-
<i>Mai/21</i>	3	65770	2	2093
<i>Jun/21</i>	3	48267	3	5774
<i>Jul/21</i>	5	76092	4	3260
<i>Ago/21</i>	4	42653	2	1488
<i>Set/21</i>	5	52202	4	5374
<i>Out/21</i>	4	22367	5	5802
<i>Nov/21</i>	4	47022	4	3377
<i>Dez/21</i>	3	28871	5	6496
<i>Jan/22</i>	6	34732	4	4931
<i>Fev/22</i>	9	37894	3	3749
<i>Mar/22</i>	5	61124	4	4314





<i>Abr/22</i>	5	32131	4	4297
<i>Mai/22</i>	3	41011	5	5764
<i>Jun/22</i>	6	46559	2	3384
<i>Jul/22</i>	2	14832	4	7862
<b>TOTAL</b>	<b>76</b>	<b>823795</b>	<b>55</b>	<b>67965</b>

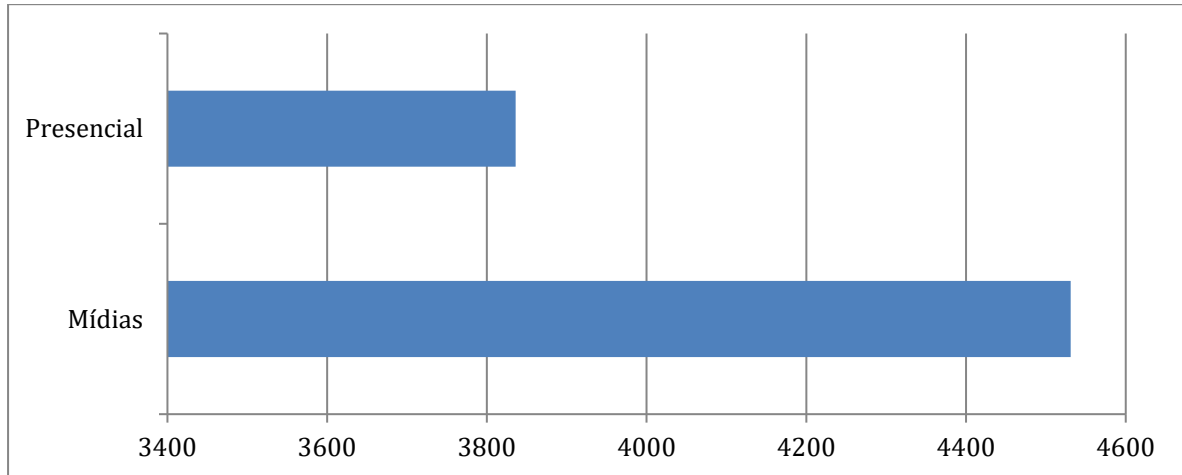
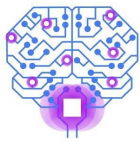
Quando se faz a média de visualizações por publicação e por mês, obtêm-se os seguintes dados relacionados ao número de seguidores e de publicações e visualizações totais apresentados na Tabela 2.

**Tabela 2** – Média do número (nº) de visualizações por mês e por publicações em cada perfil

Perfil	Nº de Seguidores	Nº Total		Média de Visualizações	
		Publicações	Visualizações	Publicação	Mês
<i>Sesc RJ</i>	126000	76	823795	10839	45766
<i>Sesc Santa Luzia</i>	3405	55	67965	1236	4531

O perfil do Sesc RJ no Instagram teve uma média no total de número de visualizações aproximadamente dez vezes maior que o do Sesc Santa Luzia, tanto na avaliação por mês como por publicação. Uma vez que o número de seguidores do Sesc Santa Luzia é cerca de 97% menor que o do Sesc RJ, espera-se que o número de visualizações acompanhe o número de seguidores.

Quando se compara a média do número de atendimentos por mês em educação em saúde do Sesc Santa Luzia em 2019 (n=3836), realizado de forma presencial, com a de visualizações das mídias em 2021 e 2022 (n=4531), nota-se que foi alcançada a propagação do conhecimento em Odontologia de forma virtual (Gráfico 1).



**Gráfico 1** – Média mensal de atendimentos de educação em saúde do Sesc Santa Luzia de forma presencial e virtual. Fonte: De autoria própria, 2022.

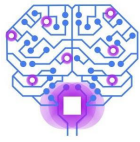
Embora os profissionais de saúde continuem a ser a principal autoridade confiável para informações acerca desse assunto, os determinantes sociais de saúde (incluindo barreiras de acessibilidade como geografia, custo e tempo) resultam na preferência do paciente por pesquisas *on-line* em vez de consultas presenciais (6). Devido à sua conexão social, a mídia social é um dos locais preferidos para obter informações sobre saúde. (6;9)

A saúde e as mídias sociais estão intimamente ligadas através do prisma dos determinantes sociais de saúde e essa ligação só está se ampliando ao longo do tempo. Os profissionais de saúde não devem ignorar essa relação e o impacto que ela tem na prestação de cuidados. (6)

Sendo assim, as ferramentas digitais se tornaram um importante recurso para dar continuidade aos processos de educação em saúde, principalmente na população mais jovem, e as medidas educativas em saúde são essenciais para promover a saúde e prevenir os agravos. (1)

## Conclusão

Com os resultados obtidos pode-se avaliar que a alternativa de expansão do conhecimento em saúde pela abordagem tecnológica a partir do período de isolamento social foi bem sucedida e que deve ser mantida mesmo após o fim da pandemia.



Assim, as mídias sociais trouxeram um reforço para a educação em saúde na propagação do conhecimento além do âmbito presencial.

## Referências

1. Pereira CS, Machado FC, Carvalho TA. Uso das mídias sociais para a educação em saúde bucal de pacientes atendidos em uma clínica escola: estudo transversal. *Revista Científica Multidisciplinar (RECIMA21)*. 2022; 3 (3): e331244.
2. Azevedo AVS, Silva MA, Reis TCM. Promoção da saúde no contexto das redes sociais significativas. *Nova Perspectiva Sistêmica (NPS)*. 2019 Abril; 63:55-66.
3. A Saúde Bucal no Sistema Único de Saúde [Internet]. Brasília (DF): Ministério da Saúde. Secretaria de Atenção à Saúde. Departamento de Atenção Básica. c2018 – [citado em 12 de agosto de 2022]. Disponível em: [https://bvsmis.saude.gov.br/bvs/publicacoes/saude\\_bucal\\_sistema\\_unico\\_saude.pdf](https://bvsmis.saude.gov.br/bvs/publicacoes/saude_bucal_sistema_unico_saude.pdf)
4. Farsi D. Social Media and Health Care, Part I: Literature Review of Social Media Use by Health Care Providers. *J. Med. Internet Res.* 2021 Abril; 23(4): e23205.
5. [gov.br/saude/pt-br/assuntos/saude-digital](https://www.gov.br/saude/pt-br/assuntos/saude-digital) [Internet]. Brasília: Ministério da Saúde - Saúde Digital; c2022 [citado em 09/08/2022]. Disponível em: <https://www.gov.br/saude/pt-br/assuntos/saude-digital>.
6. Forgie EME, Lai H, Cao B, Stroulia E, Greenshaw AJ, Goetz H. Social Media and the Transformation of the Physician-Patient Relationship: Viewpoint. *J. Med. Internet Res.* 2021 Dezembro; 23(12): e25230.
7. Powell EE. A Mixed Methods Study of Checkoff Programs and their Utilization of Influencers on Instagram [thesis of master of science]. Lubbock (TX): Texas Tech University; 2022.
8. Conselho Nacional de Saúde. Resolução nº 674, de 06 de maio de 2022. Dispõe sobre a tipificação da pesquisa e a tramitação dos protocolos de pesquisa no Sistema CEP/Conep. *Diário Oficial da União*. 2022 Jul 06; 126 (seção 1): 160.
9. McMullan M. Patients using the Internet to obtain health information: How this affects the patient–health professional relationship. *Patient Educ. Couns.* 2006 Outubro; 63:24-28.