



Recredenciamento Portaria MEC 278/2016 - D.O.U 19/04/2016

Faculdade Sete Lagoas - FACSETE

JOYCE MARQUES DA SILVA

**INSTAGRAM COMO UMA FERRAMENTA DE COMUNICAÇÃO PARA O
ODONTOPEDIATRA**

SÃO PAULO

2021

JOYCE MARQUES DA SILVA

**INSTAGRAM COMO UMA FERRAMENTA DE COMUNICAÇÃO PARA O
ODONTOPEDIATRA**

Monografia apresentada ao curso de pós graduação em Odontologia da Faculdade Sete Lagoas - FACSETE, como requisito parcial para obtenção do título de especialista em Odontopediatria

Área de concentração: Saúde e bem estar

Orientadora: Prof^a. Me. Ludimila Lemes Moura

Co-orientadora: Prof^a. Me. Alessandra Souza

SÃO PAULO

2021



Monografia intitulada “**O Instagram como uma ferramenta de comunicação para o odontopediatra**” de autoria da aluna **Joyce Marques da Silva**.

Aprovada em ___/___/___ pela banca constituída dos seguintes professores:

Prof^ª. Me. Alessandra Souza

Prof^ª. Me. Ludimila Lemes Moura

Prof. Dr. Silas Antônio Juvêncio de Freitas Filho

São Paulo, 29 de maio de 2021

Agradecimento

A Deus por me proporcionar perseverança durante toda a minha vida, por ter me mantido na trilha certa durante este trabalho, com saúde e forças para chegar até o final.

Aos meus pais Ana Rita e Antônio pelo amor incondicional, apoio e incentivo que serviram de alicerce para as minhas realizações.

À minha irmã Joseane pela amizade e atenção dedicadas quando sempre precisei, inclusive na execução desse estudo.

Às minhas amigas Bruna Polli e Samanta Protte e suas famílias, por me acolherem nos dias que estive em São Paulo sempre com muito carinho, além de anteriormente enfrentarmos juntas os desafios da graduação e a inserção no mercado de trabalho odontológico.

À Bruna Keller, por ter aberto as portas da sua clínica onde descobri o quanto é gratificante assistir o público infantil. E à toda equipe de funcionários e corpo clínico que colaboraram para meu aprendizado e se organizaram na minha ausência durante o primeiro ano do curso.

À querida Samara Stein que me inspira e motivou a abertura do meu próprio consultório, através de conhecimento compartilhado e uma cadeira repleta de história e afeto.

Às minhas amigas de infância Caroline Danza e Paola Abreu por apontarem a necessidade de profissionais odontopediatras na cidade que resido e me incentivaram a iniciar a especialização.

À minha professora orientadora Ludimila Lemos Moura pelas contribuições dadas durante todo o processo da produção deste estudo, em tão curto prazo.

À todas as minhas queridas companheiras do curso: Agda, Amanda, Bruna, Giseli, Isadora, Izabella, Juliana, Mariana, Paola, Tainá e Vanessa que compartilharam dos inúmeros desafios que enfrentamos, com espírito colaborativo e alegria. Elas são a minha primeira referência de tanto amor e dedicação à Odontopediatria.

Aos queridos pacientes que sempre nos devolveram carinho em seus sorrisos e abraços, também aos seus responsáveis por nos confiarem a cuidar do amor de suas vidas.

Também quero agradecer à instituição de ensino NEOM-SP, à professora Alessandra Souza e todo corpo docente que demonstrou estar comprometido com a qualidade e excelência do ensino, especialmente em meio ao caos da pandemia covid-2019.

“Sucesso não depende apenas de quão bem você faz o seu trabalho, também depende de quanto você se importa e como se conecta com as pessoas e transmite a sua mensagem.” (Nicholas Boothman)

RESUMO

O odontopediatra é primordial na promoção da saúde bucal infantil e da gestante através das redes sociais pois possui amplo conhecimento baseado em evidências científicas a respeito dos fatores etiológicos, meios de prevenção e controle das doenças bucais desses indivíduos. Por meio de revisão bibliográfica, este estudo teve como objetivo identificar e ressaltar o uso do Instagram® em comunicação na educação em saúde bucal. Esse aplicativo é uma das redes sociais mais utilizadas pela população brasileira nos últimos anos. Através dele é possível editar e compartilhar imagens de forma instantânea e sem barreiras, permitindo que inúmeros usuários tenham acesso ao conteúdo produzido. Devido a sua dinâmica e acessibilidade tem sido utilizado por profissionais da saúde como meio de divulgação de informações e construção de conhecimento. Atualmente, o evento da Pandemia COVID-19 tornou-o uma opção de recurso para a continuidade e extensão do ensino universitário, assim como manteve os estudantes conectados à comunidade. Além disso, tem sido empregado na estratégia de marketing do mercado odontológico. No entanto, muitos cirurgiões-dentistas desconhecem ou não aplicam seu uso de acordo com o código de ética. Assim, concluiu-se que o Instagram® favorece a comunicação do Odontopediatra com seu público-alvo, cabendo a este profissional desenvolver habilidade em reproduzir e compartilhar conhecimento sobre saúde bucal de forma a despertar interesse e educar a população tendo foco nas orientações e instruções preventivas, agindo conforme a ética e de acordo com a ciência.

Palavras-chave: Educação em Saúde, Comunicação em saúde, Mídias digitais, Instagram Odontologia, Odontopediatria.

ABSTRACT

Pediatric dentistry is essential in promoting oral health for children and pregnant women through social networks because they have extensive knowledge based on scientific evidence regarding the etiological factors, means of prevention, and control of oral diseases in these individuals. Through a bibliographic review, this study aimed to identify and highlight the use of Instagram® in communication in oral health education. This application is one of the most used social networks by the Brazilian population in recent years. Through it is possible to edit and share images instantly and without barriers, allowing countless users to have access to the content produced. Due to its dynamics and accessibility, it has been used by health professionals as a means of disseminating information and building knowledge. Currently, the Pandemic COVID-19 event has made it a resource option for the continuity and extension of university education, as well as keeping students connected to the community. In addition, it has been used in the marketing strategy of the dental market. However, many dentists are unaware of or do not apply its use under the code of ethics. Thus, it was concluded that Instagram® favors the communication of the Pediatric Dentist with its target audience, and it is up to this professional to develop the ability to reproduce and share knowledge about oral health to arouse interest and educate the population, focusing on preventive instructions and instructions, acting according to ethics and according to science.

Keywords: Health Education, Health Communication, Digital Media, Instagram Dentistry, Pediatric Dentistry

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

APP- Aplicativo

CEO- Código de Ética Odontológico

CFO- Conselho Federal de Odontologia

CROSP- Conselho Regional de Odontologia de São Paulo

CROPR- Conselho Regional de Odontologia do Paraná

UFMG- Universidade Federal de Minas Gerais

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	12
2. REVISÃO DE LITERATURA.....	14
2.1 A educação em saúde e as mídias sociais.....	14
2.1.1 Conhecendo o Instagram®.....	15
2.1.2 <i>Conteúdo na mídia digital, uma visão da Odonpediatria</i>	17
2.1.3 <i>Comunicação através da rede virtual</i>	21
2.1.4 <i>Atenção aos aspectos éticos e legais</i>	22
3. DISCUSSÃO.....	25
4. CONCLUSÃO	28
REFERÊNCIAS	29

1. INTRODUÇÃO

A cada dia que passa nota-se o crescimento do uso das Tecnologias de Informação e Comunicação, assim como seu avanço para vários setores incluindo a área da saúde. A internet por meio das redes sociais possibilita a troca de experiências entre os sujeitos, o compartilhamento de informações e a interação entre profissionais e usuários. Em contrapartida, a cultura digital exige o desenvolvimento do conteúdo subsidiado do desenvolvimento de habilidades que atendam as demandas das práticas sociais como a habilidade de comunicação, autoaprendizagem, ética e responsabilidade entre outras (PINTO L.F *et al.*, 2018; TAVARES A.C.D. *et al.*, 2020).

Enquanto isso, as diretrizes da Política Nacional de Saúde Bucal apontam como aspecto fundamental da educação em saúde o fornecimento de instrumentos que fortaleçam a autonomia dos usuários, seja no âmbito coletivo ou individual, no controle do processo saúde-doença e na condução de seus hábitos visando a melhoria da qualidade de vida (BRASIL, 2018). Dessa forma é fundamental ampliar a circulação de informações para que a população seja agente sobre sua própria saúde, adotando hábitos de vida mais saudáveis (VERMELHO *et al.*, 2014).

Com a consolidação da internet para a busca de conhecimento científico e com as mídias sociais, inúmeros professores, clínicos, pesquisadores e até mesmo estudantes possuem páginas para troca e difusão de conhecimento (ZIMMER R. *et al.*, 2018). Sendo assim é importante salientar que os profissionais de saúde possuem papel fundamental na disseminação de conhecimento para o alcance dos objetivos de melhora da saúde das pessoas (OLIVEIRA A.L.B.M. *et al.*, 2010).

Nas redes sociais cabe ao profissional direcionar sua presença digital no sentido de trazer conteúdos, contribuindo para as estratégias e objetivos de comunicação em saúde. Agindo assim, reforça seu compromisso com a saúde pública e com o bem-comum, além de estar alinhado ao que é seguro e considerado válido por seus pares. Notando-se que a promoção de saúde deve se sobrepôr à autopromoção (BARROS JUNIOR R.A., 2019).

Dessa forma, o odontopediatra é primordial na promoção da saúde bucal infantil e da gestante através das redes sociais, pois possui amplo conhecimento

baseado em evidências científicas a respeito dos fatores etiológicos, meios de prevenção e controle das doenças bucais da gestante, do bebê ao adolescente, que deve ser compartilhado a favor da comunidade.

Nesse contexto, esse trabalho por meio de revisão de literatura tem como objetivo identificar o uso das redes sociais, especificamente o Instagram[®], ressaltando a importância dessa ferramenta de comunicação na educação em saúde bucal voltada ao público pediátrico e toda a população.

2. REVISÃO DE LITERATURA

2.1 A educação em saúde e as mídias sociais

A educação em saúde corresponde às ações transmitidas aos indivíduos com intuito de promover o bem-estar físico, psíquico e social. Os profissionais de saúde possuem papel fundamental nesse processo sendo responsáveis pela disseminação de conhecimento para o alcance dos objetivos de melhora da saúde das pessoas. (OLIVEIRA *et al.*, 2010)

De acordo com Galbiatti, F. *et al.* (2002, *apud* FERREIRA, GUEDES-PINTO, 1997), a educação dos pacientes é um dos pilares da filosofia preventiva, considerando a prevenção como educação, os indivíduos adotam práticas indispensáveis e assumem a responsabilidade sobre a sua saúde bucal e a da família.

A ausência de conhecimentos em saúde bucal também pode levar ao agravamento dos problemas existentes e favorecer a ocorrência de doenças. Indivíduos pouco informados usam os serviços odontológicos frente a condições dentárias precárias ou de urgência, onde tratamentos restauradores podem não ser mais viáveis (GILBERT *et al.*, 2003). Com o problema instalado, aumentam também a ansiedade e o medo em relação ao tratamento odontológico. Essa situação gera estresse, mais chances de insucesso do tratamento e recidivas, pois, a compreensão dos ensinamentos passados pelo cirurgião-dentista no momento desse atendimento fica prejudicada (BARASUOL, 2016).

Diferentes profissionais da área da saúde utilizam as mídias digitais como recurso para veicular informação acerca de doenças, prevenção, educação de estudantes entre outras. Em contrapartida, as pessoas acessam esses espaços para buscar informações sobre doenças, expor seus sentimentos e suas experiências com o processo de adoecimento e compartilhar com outros que também estão vivenciando algo parecido. Dessa forma acredita-se as mídias digitais são grandes aliadas nas atividades pedagógicas, tanto na exposição de informações quanto proporcionado espaços colaborativos e interativos entre as pessoas, uma vez que além de serem importantes facilitadoras para aprendizagem elas possibilitam a interação entre as pessoas, gerando um aprendizado compartilhado. (NUNES, 2018 e CRUZ *et al.*, 2011).

Com o avanço das tecnologias e acesso aos aparelhos móveis e computadores, em todo o mundo, adolescentes, crianças e adultos utilizam-se desses meios para se conectar uns aos outros e compartilhar experiências e conhecimentos, ligados ao emprego dessas inteligências Alves *et al* (2019) observou que esse contexto favoreceu a aplicação de recursos tecnológicos referentes à habilidade de retratar e disseminar informações nas práticas de ensino e aprendizagem destacando o Instagram e a necessidade do seu domínio para que esse seja incorporado como ferramenta tecnológica e pedagógica no processo de educação.

As novas mídias sociais possuem um papel importante para a formação complementar de estudantes de Odontologia e para a formação continuada de todos os profissionais. Nos últimos anos, as instituições e centros de formação em saúde passaram por um processo de reformulação pedagógica de ensino e aprendizagem, com a incorporação das tecnologias de informação, o conhecimento em saúde gerado em salas de aula é descentralizado e expandido para uma grande parte da população, aumentando na produção de conhecimento e informações em saúde (CAVALCANTE E VASCONCELLOS, 2007; YAMAGUCHI et al., 2020).

2.112 Conhecendo o Instagram®

O aplicativo (App) Instagram® é a combinação de “câmera instantânea” e telegram, o qual foi desenvolvido pelos engenheiros de programação Kevin Syston e o brasileiro Mike Krieger, cuja intenção era resgatar a nostalgia das câmeras fotográficas de filme e polaroides digitais, as quais as fotos revelavam-se no ato do disparo. (AMARAL I, 2015) .

Em 2010, o Instagram surgiu para o público, no entanto, somente os usuários com plataformas de sistema iOS da Apple poderiam utilizá-lo. Em 2012 foi vendido para o Facebook, e houve uma grande expansão de usuários, pois passou a ser instalado em outros dispositivos móveis compatíveis com os sistemas operacionais Android da Google e Windows Mobile da Microsoft (CONTENT R., 2018). Desde então, tem sido uma das mídias sociais mais

utilizadas mundialmente assim como no Brasil., especialmente pelo público jovem e entre mulheres (ARAÚJO *et al.*, 2019).

É um APP gratuito através do qual o funcionamento se baseia na publicação de imagens e vídeos, facilmente editáveis, associados a textos, com possibilidade de compartilhamento entre outras redes sociais. Permite a interação entre os usuários facilitando, portanto, a multiplicação do conhecimento entre os profissionais de saúde e o público (KAMEL, 2016).

Por meio deste APP é possível comentar e curtir cada foto postada pelo usuário, compartilhar momentos na linha do tempo do aplicativo com a postagem e redimensionamento de fotos e vídeos, fazer uso de hashtags (#) e além da infinidade de filtros que possibilitam ajustar a aparência das fotos (BETTIOL, 2017).

Além disso existe a função na galeria de imagens: o “*feed*” onde as imagens ficam fixas na página principal e o “*stories*”, onde é possível transmitir fotos ou vídeos curtos modo compartilhado que desaparecem depois de 24 horas. É possível realizar gravações de vídeo com áudio ou textos, com boa qualidade dependendo da velocidade da conexão com a internet, mostrando-se como um recurso poderoso e versátil na rede mundial de computadores (CONTENT R., 2018).

Diferente dos *stories*, os *reels* ficam guardados no perfil depois de 24h e ainda podem aparecer na guia de explorar ou na rolagem do *feed*. Assim, o usuário consegue atrair pessoas que provavelmente não seguem a sua marca ou não veem seus posts há tempos e incentiva que elas explorem mais conteúdos no seu perfil (WIKIPEDIA, 2021).

A função “destaques” são espaços criados para armazenar os *stories* de maneira contínua, para que possam ser visualizadas posteriormente, na página inicial do perfil. Já a TV Instagram existe para reproduzir vídeos mais longos e é transmissão de vídeos em tempo real (CONTENT R., 2018).

Embora a propagação do Instagram seja como um aplicativo de compartilhamento de imagens, seu uso comercial e profissional amplia as possibilidades da plataforma. Porque além de interações entre rede usuários de “laços fortes”, como família e amigos, bem como grande rede de “laços fracos” os quais são usuários desconhecidos que também estão no APP. Este tipo de ligação mais fracas ocorrem por meio das ações por “hashtag”, onde os

usuários acrescentam vídeos ou imagem com expressões que permitem o conteúdo fique público para ser pesquisado e interagido. Assim, com as hashtags criam-se comunidades discursivas sobre diversos temas e tópicos comuns para diversas áreas (HIGHFIELD & LEAVER, 2015; RAMBUKKANA, 2015; WATERLOO, BAUMGARTNER, PETER E VALKENBURG, 2017).

Dessa forma, o Instagram abre variadas discussões sobre as tecnologias móveis, as novas perspectivas sociais e suas aplicações (SERAFINELLI, 2018). As problematizações avançaram com o advento da COVID-19 e das medidas de distanciamento social no Brasil com isso houve uma mobilização de diferentes áreas em buscar alternativas “digitais” para a continuidade dos seus trabalhos, divulgação e educação. (BORTOLAZZO e MACHADO, 2020).

2.1.2 Conteúdo na mídia digital, uma visão da Odonopediatria

A atenção precoce representa a incorporação de um novo entendimento e nova perspectiva de promoção e prevenção de doenças bucais, pois nos primeiros anos de vida, a criança adquire funções primordiais para seu desenvolvimento (CROPR, 2018). A partir dessa afirmação fica subentendido o cuidado odontológico a partir da primeira infância como a representação do primeiro passo em busca da construção de hábitos saudáveis para o indivíduo visando orientar, informar e conhecer hábitos familiares relevantes nesse contexto, que podem impactar de diferentes formas na saúde bucal da criança (OLIVEIRA *et al.*, 2019).

Durante a primeira infância ocorrem diversas mudanças na cavidade oral, elevando a necessidade do conhecimento à cerca da erupção da dentição decídua, do aleitamento materno, da introdução da alimentação complementar, do possível estabelecimento de hábitos deletérios e da realização da higiene oral, constituindo todos esses fatores de grande relevância ao desenvolvimento do indivíduo e determinantes para o estabelecimento ou não de uma saúde bucal adequada (OLIVEIRA *et al.*, 2019).

Dessa forma, as orientações realizadas pelo Odontopediatra podem ocorrer desde a concepção da criança, a fim de orientar a gestante quanto os cuidados da sua saúde bucal e do seu bebê. E participa também, da rede de cuidados e apoio desde a primeira infância até a adolescência (CORREA,

M.S.N.P *et al.*, 2019).

A atuação do cirurgião-dentista frente ao combate a cárie na população escolar dividiu-se em dois momentos. Inicialmente tratando-se de uma doença de alta prevalência houve a implantação dos consultórios odontológicos dentro da escola, com entrada dos cirurgiões-dentistas nesse ambiente para intervir, por meio de procedimentos curativos. Em um segundo momento, a partir da mudança nesse cenário de experiência de cárie dentária na infância, iniciou-se as expedições de profissionais da saúde para aplicação tópica de fluoretos nesse mesmo ambiente, adotando uma abordagem preventiva. Contudo, a orientação e a instrução, em paralelo às iniciativas anteriores aperfeiçoando o Ensino em Saúde tornaram-se foco do movimento atual (VALARELLI *et al.*, 2011).

Considerando a população adolescente, é visto que esta utiliza as unidades básicas de saúde apenas no senso curativo, desprezando o enfoque preventivo, o que ressalta, portanto, a carência por implementar programas de promoção e prevenção extensiva e contínua da saúde (JAGER *et al.*, 2014).

Moreira (2020), teve por objeto de estudo a criação de um ambiente virtual voltado para difusão de práticas educativas destinadas à promoção e prevenção da saúde do adolescente no ambiente escolar. Nesse sentido, foi proposto a sensibilização dos educandos sobre os cuidados com a saúde e informar sobre o tipo de serviço a eles destinado por meio do Sistema Único de Saúde. Notou-se que mesmo havendo uma oferta variada de informações, os adolescentes passam grande parte do tempo conectados, interagindo e utilizando apenas conteúdos de interesse próprio, apesar disso, demonstraram noção superficial sobre o assunto prevenção em saúde, o que torna mais urgente a criação de condições/práticas que estimulem ações de promoção da saúde, orientando e alertando sobre detecção precoce dos agravos, tratamento adequado e reabilitação. Os resultados evidenciaram que um ambiente virtual, utilizado de forma sistematizada sob a orientação e supervisão de profissionais capacitados e elaborado conforme a necessidade dos adolescentes pode motivar e contribuir para a promoção de ações educativas e preventivas para os jovens de maneira ética.

Martins e Jetelina (2015), tiveram como objetivo de estudo verificar o conhecimento dos pais sobre saúde bucal na infância e sua relação com o motivo que os levou a procurar atendimento odontológico para seus filhos na clínica de

odontologia universitária e observaram que a maioria dos pais buscaram atendimento por motivos curativos. E em geral, tanto os pais que compareceram por motivos curativos quanto preventivos atingiram um alto índice de conhecimento em relação à saúde bucal, apesar disso apontaram a necessidade de elaborar novos métodos para conscientização dos mesmos sobre a importância de se ter uma boa saúde bucal desde a infância. Esses autores consideram que as ações de conscientização fossem voltadas às mães, uma vez que essas estão mais presentes como acompanhantes nas consultas.

Estudantes do Curso Técnico em Saúde Bucal da Escola Técnica de Saúde de Brasília, criaram um perfil na rede social Instagram com objetivo estimular a criação de textos e imagens relacionadas à saúde bucal de crianças, porém voltados para a informação e divulgação entre pais, cuidadores e professores da educação infantil, além de sensibilizar um número maior de pessoas, usuários da rede. As publicações envolveram temas como: higienização correta dos dentes, uso do fio-dental, erupção dentária, alimentação saudável versus alimentação cariogênica, anquiloglossia, pacientes com necessidades odontológicas especiais e pessoas com deficiência, hálitose infantil e o papel do cirurgião dentista na identificação de maus-tratos infantis. Além de postagens temáticas relacionadas à datas comemorativas (MONTANDON et al., 2020).

Diante a pandemia covid-19 e suas limitações um grupo de de extensão da Universidade Federal do Ceará Grupo de Estudos em Odontopediatria passou a publicar posts semanais sobre cuidados com crianças de 0 a 3 anos no Instagram tendo como objetivo orientar responsáveis por estudantes e profissionais de Odontologia sobre diversos assuntos relacionados à odontopediatria. As publicações abordam temáticas desde a saúde bucal até questões sociais, como a questão da depressão infantil (COSTA R., 2020)

Em Minas Gerais, o Projeto Atenção Odontológica a Crianças e Adolescentes com Distúrbios do Sono é um projeto multidisciplinar que também continuou suas atividades de modo remoto. As atividades remotas foram realizadas por meio da Plataforma Zoom e contaram com a participação de alunos de graduação e pós-graduação de Odontologia e Fonoaudiologia da UFMG. Professores convidados elaboraram atividades síncronas, durante as quais os estudantes discutiram as temáticas apresentadas. Atividades

assíncronas foram desenvolvidas após os encontros pelos estudantes, responsáveis pela elaboração de materiais educativos (*flyers, folders* e vídeos) voltados à comunidade leiga. Após aprovação da coordenação do projeto, o material era então postado no perfil do Instagram do projeto (@projetodosono) (LEAL *et al.*, 2020).

Sousa (2019) realizou análise do Instagram enquanto fonte de informação para pais de pessoas com fissura labiopalatina durante o tratamento de seus filhos, refletindo sobre o impacto das tecnologias infocomunicacionais digitais no acesso à informação e ao conhecimento por pessoas com deficiência, bem como por seus familiares, e como o acesso à informação pode ser considerado um meio para a inclusão social, principalmente para pessoas com deficiência. E apontou que o acesso à informação para pessoas com deficiência deve ser visto como um meio de inclusão social.

O Instagram, também, tem sido mobilizado por usuários para exibir publicamente e compartilhar diversos conteúdos relacionados à amamentação. Além de criar redes de apoio que permitam as mães compartilharem experiências, desenvolvimento da confiança e enfrentamento dos desafios relacionados ao tema. Entretanto, pouco conteúdo educacional foi encontrado, em contraste com a descrição e discussão frequentes de produtos comerciais. Observa-se através de estudos de análise de perfis de apoio ao aleitamento materno que a família nuclear possui uma relação muito forte com as nutrizes, destacando o parceiro e a mãe como integrantes mais influentes na rede social destas (NOBREGA *et al.*, 2019). Pinto (2019) analisou as estratégias de atuação do marketing social e digital realizadas pelo Ministério da Saúde sobre o aleitamento materno e identificou a falta de interação e resposta aos usuários e a baixa diversidade de representação das mulheres. E apontou a necessidade melhorias para ampliar o diálogo com a sociedade.

Portanto, a comunicação pode ser prioridade nos relacionamentos que se constituem na odontopediatria, dinamizando as possibilidades de trabalho. Valorizar a qualidade das relações entre dentista, equipe, pacientes, acompanhantes e as particularidades desses contatos é importante para as práticas odontológicas. (BARRETO R.A., BARRETO M.A.C e CORREA M.S. N. P, 2021)

2.1.3 Comunicação através da rede virtual

As mídias sociais têm sido utilizadas para fins de anúncio de serviços e compartilhamento de informação sobre atenção à saúde por órgãos governamentais voltados para os serviços de saúde pública, além de clínicas, hospitais, laboratórios ou profissionais autônomos. Através delas o acesso à diferentes conteúdos em tempo real e sem barreiras físicas se torna possível para um público ilimitado. Entretanto, muitas vezes é notória uma participação superficial de pouca contribuição a promoção de saúde por parte das instituições e dos profissionais (ALMEIDA e STASIAK, 2013).

Agentes multiplicadores de saúde são indivíduos que divulgam informações importantes em relação aos cuidados que a população deve tomar para evitar agravos à própria saúde, a da sua família e da comunidade. Essas ações de formação de agentes multiplicadores devem incluir: o respeito à individualidade, a contextualização nas diversas realidades, o respeito à cultura local e à linguagem popular para encaminhar uma construção conjunta da prática, a ética, a autopercepção de saúde bucal, o autocuidado apoiado, além do uso de metodologias adequadas a cada situação e a cada grupo etário. (BRASIL, 2018)

O termo 'rede' é utilizado em diversos campos do conhecimento e possui as mais variadas interpretações. As redes podem ser entendidas como um sistema de trocas e de reciprocidades, envolvendo a pessoa, mediante ações de acordo/desacordo ou de aliança/conflito. As pessoas que compõem as redes podem, em determinadas situações, assumir posições de apoio a algum tipo de problema ou necessidade na referida rede. Por esta razão, são reconhecidas como redes de apoio social, cujos vínculos interpessoais ocasionam sentimentos de amizade, confiança e solidariedade entre os membros dos grupos. O profissional de saúde deve estar em evidência, aproximando-se do usuário, fortalece os laços sociais entre ambos, fazendo emergir, na troca de dádivas, a força necessária para sustentar a prática consciente e esclarecida do aleitamento materno no contexto da Equipe de Saúde da Família. (NOBREGA *et al.*, 2019)

A Educação em Saúde tem forte ligação a comunicação (VELLOSO, 2014), pois são processos associados no desenvolvimento do saber social.

Teixeira (2004) ressalta que “comunicação em saúde diz respeito ao estudo e utilização de estratégias de comunicação para informar e para influenciar as decisões dos indivíduos e das comunidades no sentido de promoção de saúde”.

Esse novo paradigma no campo da educação já é uma realidade e indica a necessidade de reavaliação da abordagem pedagógica no ensino odontológico, levando em conta o fato de que as novas tecnologias de informação e comunicação são importantes instrumentos de auxílio no processo de ensino-aprendizagem (ZIMMER *et al.*, 2018) . Para a elaboração de conteúdos, as mídias sociais dispõem de digital influencers, os quais, através de experiências clínicas, criam e compartilham conhecimentos e influenciam no conhecimento teórico e nas práticas clínicas dos seus seguidores, através de postagem de dicas e protocolos clínicos em forma de texto ou vídeo, bem como transmissões ao vivo com interação entre telespectadores e influenciador digital (ZIMMER *et al.*, 2018).

Segundo Costa *et al.* (2010), a atividade lúdica vem sendo utilizada na pesquisa, no ensino, na prática do cuidado e nos aspectos terapêuticos. O lúdico pode vir na forma de jogos educativos, dramatizações, músicas etc . Além disso, ação lúdica permite a aquisição de hábitos culturais, sociais e de saúde relevantes, facilitando o processo de relações interpessoais.

2.1.4 Atenção aos aspectos éticos e legais

O progresso tecnológico e a popularização do uso das mídias sociais para divulgação de serviços e estabelecimentos tem sido ferramenta como forma de recrutar clientela (OLIVEIRA *et al.*, 2014).

A Odontologia também recorre à rede social, porém, é necessário observar os preceitos éticos e jurídicos, pois nem sempre eles estão de acordo com o Código de Ética Odontológica (CEO), no que diz respeito ao anúncio, a propaganda e publicidade sobre suas práticas clínicas e mercantilização no ambiente virtual (LIMA, CRUZ e SILVA , 2014).

É indispensável que a classe odontológica compreenda que as vedações Deontológicas preservam a Odontologia, e visam proteger o paciente sobre a verdadeira necessidade de saúde bucal e a mera transação comercial, que se utilizaria, ainda, de artifícios publicitários para incentivar tratamentos de

indicação e oportunidade, no mínimo, questionáveis (LIMA, CRUZ e SILVA, 2016).

Atualmente, o uso de imagens que identificam o paciente com intenção de autopromoção ou benefício do profissional são recursos empregados por diversos profissionais. Dentre os exemplos mais frequentes, são os autorretratos do profissional-paciente, “selfies” no Instagram, como ferramenta para interagir com o público-alvo e realizar publicidade e propaganda (NANNI e CAÑETE, 2010). Entretanto, o Conselho Federal de Odontologia (CFO) baixou a Res. 196/2019 autorizando a “divulgação de selfies, imagens de diagnóstico e resultado final de tratamentos odontológicos”. Para tanto, basta ao cirurgião-dentista autor do procedimento obter o consentimento livre e esclarecido do paciente.

Mas ainda é notória a necessidade de atualização dos profissionais que possuem perfil nestas redes virtuais em relação ao CEO, visto que, muitos estão utilizando de forma inadequada às ferramentas de divulgação. Existe assim, a necessidade de uma maior fiscalização para que não ocorram repercussões negativas para a profissão e para que não haja concorrência desleal entre a classe (LIMA, CRUZ e SILVA, 2016).

Segundo o artigo Art 42 do CEO (BRASIL, 2021), os anúncios, a propaganda e a publicidade poderão ser feitos em qualquer meio de comunicação, desde que sejam obedecidos os preceitos deste Código. Na comunicação e divulgação é obrigatório constar o nome e o número de inscrição da pessoa física ou jurídica, bem como o nome representativo da profissão de cirurgião-dentista e também das demais profissões auxiliares regulamentadas. No caso de pessoas jurídicas, também o nome e o número de inscrição do responsável técnico. Já o Art 44 (BRASIL, 2021), constitui como infração ética fazer publicidade e propaganda com exibição de preços, serviços gratuitos, modalidades de pagamento, ou outras formas que impliquem comercialização da odontologia.

Garcia e Caetano (2008) apontaram em seu estudo que a infração ética mais comumente praticada pelos cirurgiões-dentistas é a propaganda irregular ou ilegal, constituído de 57,14%. Destaca a presença de usuários não habilitados na internet realizando revenda e promoções de produtos odontológicos sem prescrição profissional, descumprindo CEO, desvalorizando a classe profissional

e, principalmente, colocando em risco à saúde dos usuários. Soares *et al.* (2019) observou na sua análise de perfis de cirurgiões-dentistas influencers que na sua maioria não seguem as normas exigidas pelo CEO.

A informação sobre saúde bucal nas plataformas digitais pode ser frágil e volátil, oferecendo às pessoas informações genéricas e não individualizadas. Assim é preciso criar condições para que a busca de informações que seja capaz de escolher fontes com compromisso de veracidade e ética. No entanto, é necessária uma maior vigilância dos órgãos competentes para que essas irregularidades sejam apuradas e, se necessário, seus autores sejam responsabilizados (GARBIN *et al.*, 2018).

3. DISCUSSÃO

Atualmente o avanço das tecnologias e acesso aos aparelhos móveis e computadores, em todo o mundo tem sido ampliado. As mídias sociais são métodos vantajosos no processo de aprendizagem, com utilidades específicas a depender da ferramenta utilizada. Assim, as redes podem ser grandes aliadas tanto nas atividades informativas quanto proporcionar espaços colaborativos e interativos entre os usuários e ainda, proporciona o marketing pessoal e profissional.

Todas as faixas etárias utilizam-se desses meios para se conectar uns aos outros e compartilhar experiências e conhecimentos. Sendo assim, é possível, que o Cirurgião-dentista possa abordar assuntos utilizando-se de uma linguagem simples, voltada tanto para o profissional leigo, no manejo das redes sociais e dos recursos da internet, como para os mais experientes, e, assim poderá aplicar tais ferramentas para fortalecer seu marketing digital e aumentar sua exposição on-line (CROSP).

Em virtude do crescente interesse pelo uso das mídias sociais, além da opinião dos estudantes, sugere-se a realização de estudos posteriores para avaliação do impacto dessas estratégias sobre a efetividade dos métodos de ensino-aprendizagem, assim como análise da opinião dos docentes sobre a inserção dessas tecnologias da informação e comunicação na sala de aula.

Diante esse cenário, o Instagram tem se estabelecido como uma das redes sociais mais utilizadas no mundo e no Brasil, além disso, tem grande popularidade entre os jovens e o público feminino (ARAÚJO *et al.*, 2019). O que se torna uma instrumento muito válido para a comunicação do Odontopediatra, para atingir seu “público-alvo”, constituído especialmente por crianças, adolescentes e mulheres.

Kamel (2016), Montandon *et al.* (2020) e Costa R. (2020) concordam sobre a relevância do App por ser uma ferramenta na comunicação e construção de conhecimento em saúde. Uma vez que os usuários podem interagir a partir do conteúdo gerado, tais recursos são essenciais para que o criador de conteúdo possa identificar as necessidades do seu público, avaliar o seu entendimento a respeito de determinado tema, a aprovação na comunicação e ainda a

aproximação e fortalecimento de vínculo.

A Odontopediatria, essa é a especialidade da Odontologia capaz de levar à rede social assuntos referentes à saúde bucal de gestantes, crianças e adolescentes.

Oliveira et al. (2019), CROPR (2018) 2 Correa et al. (2019) corroboram sobre a importância do cuidado odontológico preventivo desde a gestação a primeira infância, pois é fundamental para o desenvolvimento saudável da criança e terá grande impacto na condição bucal em sua vida adulta.

Os estudos de Gilbert (2003) e Moreira (2020) reforçam que a procura por serviços odontopediátricos voltados à consulta curativa podem ser consequentes da falta de informação e educação preventiva, ou ainda da não aplicabilidade do conhecimento adquirido (MARTINS; JETELINA, 2015). Tais fatos apontam a necessidade de novas formas de abordagem e motivação pelos profissionais. Além disso, constata-se que para haver sucesso da ação educacional, o odontopediatra deve identificar as necessidades do seu público, contextualizar sua realidade, estar atento às características de cada faixa etária atendida a fim de estabelecer vínculo com o paciente e de todas as pessoas que são influentes na sua educação e cuidado.

Dessa forma é importante que a comunicação entre o Odontopediatra e seu público seja de forma lúdica, rápida, criativa e interativa com objetivo de transmitir conhecimento e linguagem de fácil compreensão (COSTA et al., 2010). Em contrapartida, é necessário que o profissional deva preocupar-se em se posicionar de forma ética e com embasamento científico, visto que a informação sobre saúde bucal nas plataformas digitais pode ser frágil e volátil, oferecendo às pessoas informações genéricas e não individualizadas (GARBIN et al., 2018). Nesse sentido, verificar o posicionamento dos profissionais de odontologia nesse APP, é relevante para a reflexão do uso da rede e como tem sido feita a comunicação através dela. (GARCIA e CAETANO, 2008; SOARES et al., 2019)

O Instagram além de ser utilizado para educação em saúde, também é eleito um dos principais meios de comunicação em marketing por cirurgiões-dentistas (LIMA, CRUZ e SILVA, 2014; OLIVEIRA et al., 2014). Sendo assim aos profissionais que se aventuram a divulgar informações de seus pacientes em redes sociais devem ter cautela e prudência e ter conhecimento sobre o Código de Ética Odontológico (NANNI e CAÑETE, 2010). Por fim, a necessidade

de uma maior fiscalização pelos órgãos competentes é necessária para que não ocorram repercussões negativas para a profissão assim como para os pacientes (GARCIA e CAETANO, 2008; SOARES *et al.*, 2019).

4. CONCLUSÃO

O Instagram fornece recursos técnicos suficientes, conforme visto neste estudo de revisão literária, que se compatibilizam com a proposta comportamental de uma geração, que protagoniza o desenvolvimento de um novo, ágil e dinâmico processo comunicacional. Esse APP, favorece a criatividade do Odontopediatra para utilizá-lo na sua demanda de relacionamento em especial com seu público-alvo, cabendo a este profissional a busca pela habitualidade com o uso do aplicativo, para conhecer os seus potenciais contributivos e poder desenvolver habilidade em reproduzir e compartilhar conhecimento sobre saúde bucal de forma a despertar interesse e educar a população tendo foco nas orientações e instruções preventivas.

Contudo, é importante que o Odontopediatra crie conteúdo fundamentado na ciência, além de compartilhá-lo com responsabilidade ética. Para isso os profissionais necessitam conhecer e aplicar as normas definidas no Código de Ética Odontológico.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, M.; STASIAK, D. **A promoção da saúde nas mídias sociais: uma análise do perfil do Ministério da Saúde no Twitter**. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO CENTRO-OESTE, 15., 2013, Rio Verde, GO. Anais eletrônicos...Rio Verde, GO: Intercom, 2013. Disponível em: <<https://portalintercom.org.br/anais/centrooeste2013/resumos/R36-0620-1.pdf>>. Acesso em: 24 abr. 2021.

ALVES, J. G. *et al.* **Utilização da rede social (instagram) como ferramenta de educação em saúde frente à sexualidade**. In: ENFERMAIO, 23., 2019, Ceará. Anais eletrônicos...Ceará: UECE, 2019. Disponível em: <http://uece.br/eventos/enfermaio/anais/trabalhos_completos/472-34162-08042019-223035.pdf>. Acesso em: 24 abr. 2021.

AMARAL, I. **Instagram**. In: The SAGE Encyclopedia of Economics and Society. v.1, p.943-944, 2015. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.4135/9781452206905.n373>> Acesso em: 2021

ARAÚJO *et al.* **O Instagram e seu potencial publicitário no Brasil e no Maranhão**. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO NORDESTE, 21., 2019, São Luís, MA. Anais eletrônicos...São Luís, MA: Intercom, 2019. Disponível em: <<https://portalintercom.org.br/anais/nordeste2019/resumos/R67-1559-1.pdf>>. Acesso em 24 abr.2021.

ASSUNÇÃO, A. B. M.; JORGE, T. M. As mídias sociais como tecnologias de si. **Esferas**, v. 3, n. 5, p.151-161, 2014.

BARASUOL, J.C. **O alfabetismo em saúde bucal como fator preditor de ansiedade odontológica em pais de crianças submetidas a tratamento odontológico**. 2016. Dissertação (Mestrado). Curitiba: Universidade Federal do Paraná, 2016.

BARRETO R.A.; BARRETO M.A.C.; CORREA M.S.N.P. Psicanálise e odontopediatria: ofício da comunicação. **Estud. psicanal.**, Belo Horizonte, n. 44, p. 83-89, dez. 2015. Disponível em <http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0100-34372015000200009&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em 25 abr. 2021.

BARROS JUNIOR R. **Médico e influenciador: um estudo sobre a comunicação em saúde no Instagram**. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO CENTRO-OESTE, 21., 2019, Rio Verde, GO. Anais eletrônicos... Rio Verde, GO: Intercom, 2019. Disponível em: <<https://portalintercom.org.br/anais/centrooeste2019/resumos/R66-0210-1.pdf>>. Acessado em: 23 abr. 2021.

BETTIOL, B.M. **Do auto retrato à selfie: análise da imagem feminina no Instagram**. 2017. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado). Brasília: Universidade de Brasília, 2017.

BORTOLAZZO, S.; MACHADO, R.B. Instagram, distanciamento social e condução das condutas: um estudo a partir de duas escolas privadas em Porto Alegre. **Tríade**, Sorocaba, SP, v. 8, n. 19, p. 285-311, dez 2020.

BRASIL. Conselho Federal de Odontologia. **Código de ética odontológico**. Disponível em: <http://cfo.org.br/wpcontent/uploads/2009/09/codigo_etica.pdf>. Acesso em: 25 de abril de 2021.)

BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria de Atenção à Saúde. Departamento de Atenção Básica. **A saúde bucal no Sistema Único de Saúde/** Ministério da Saúde, Secretaria de Atenção à Saúde, Departamento de Atenção Básica. – Brasília: Ministério da Saúde, 2018. Disponível em: <http://bvsms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/saude_bucal_sistema_unico_saude.pdf > Acesso em: 05 de junho 2020.

CAVALCANTE, M. T. L.; VASCONCELLOS, M. M. Tecnologia de informação para a educação na saúde: duas revisões e uma proposta. **Ciência e Saúde Coletiva**, v. 12, n. 3, p. 611-622, 2007. Disponível em <<https://www.scielo.br/j/csc/a/ZR73cPJKRn9F36nvtJ76qrn/?format=pdf&lang=pt> >. Acesso em 25 abr. 2021.

CONTENT R. **Marketing no Instagram: o guia da RockContent**. [2013-2018]. Disponível em:< <https://rockcontent.com/br/>> Acesso em: 28 abr. 2021.

CORREA, M.S.N.P *et al.* **Saúde bucal: gestante-bebê ao adolescente**. 3. ed. São Paulo: Quintessence, 2019.

COSTA. *et al.* **Dente Branco de Neve**. *In*: Jornada Pedagógica do Lulupe: Olhar Multidisciplinar sobre a Ludicidade,2.,2010, Ponta Grossa. Anais eletrônicos... IIJOPED 2010. Disponível em:< http://www.joped.uepg.br/2010/anais/oral/20011_1_FINAL.pdf>. Acesso em: 22 de abr.2021.

CONSELHO REGIONAL DE ODONTOLOGIA PARANÁ- CROPR. **Guia de orientação para saúde bucal nos primeiros anos de vida**. 2ª ed., Londrina: UEL, 2018. Disponível em <<http://www.cropr.org.br/uploads/arquivo/90bee6d53057e0695508064d3392ccef.pdf>>. Acesso em: 22 abr. 2021.

COSTA, R. **Grupo de Estudos em Odontopediatria faz posts semanais sobre cuidados com crianças de 0 a 3 anos no Instagram**,2020. Disponível em: < <https://extensaoufc.wordpress.com/2020/11/24/grupo-de-estudos-em-odontopediatria-faz-posts-semanais-sobre-cuidados-com-criancas-de-0-a-3-anos-no-instagram/> >. Acesso em: 26 abr.2021.

CRUZ *et al.* O uso das mídias digitais na educação em saúde. **Cadernos da FUCAMP**, v.10, n.13, p.130-142, 2011.

GALBIATTI, F.; GIMENEZ, C.M.M.; MORAES, A.B.A. Odontologia na primeira infância: sugestões para a clínica do dia-a-dia. **J Bras**

Odontopediatr Odontol Bebê, Curitiba, v. 5, n. 28, p. 512-517, nov./dez. 2002

GARBIN *et al.* O uso das redes sociais na odontologia: uma análise dos aspectos éticos de páginas de clínicas odontológicas. **Rev Bras Odontol Leg RBO**, Araçatuba, v. 5, n. 1, p. 22-29, 2018.

GARCIA, S. G.; CAETANO J.C. **O código de ética odontológica e suas infrações: um estudo sobre os processos ético-profissionais dos cirurgiões dentistas do estado de Santa Catarina / The odontological ethics code infractions: a study on the proceedings ethics professional of the surgeon dentists in Santa Catarina state.** 2008. Dissertação (Mestrado). Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina/Centro de Ciências da Saúde/Programa de Pós-graduação em Odontologia, 2008.

GILBERT *et al.*, Social Determinants of Tooth Loss. **Health Serv Res**, v.38, n.6 PT 2, p. 1843-1862, 2003.

HIGHFIELD T.; LEAVER T. A methodology for mapping Instagram hashtags. **First Monday**, v. 20, n.1, 2015.

Instagram. **REELS crie, compartilhe e assista a vídeos curtos e divertidos.** Disponível em < <https://about.instagram.com/pt-br/features/reels> >. Acesso em 19 abr. 2021.

JAGER, M. E. *et al.* O adolescente no contexto da saúde pública brasileira: reflexões sobre o Prosad. **Revista Psicologia em Estudo. Maringá**, v. 19, n. 2, p. 211-221, abr./jun. 2014. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/pe/v19n2/05.pdf>>. Acesso em 18 fev. 2021.

KAMEL B. *et al.* Instagram and WhatsApp in health and healthcare: An overview. **Future Internet**, v. 8, n. 3, p. 37, 2016.

LEAL *et al.* A interdisciplinaridade da fonoaudiologia na odontologia no projeto de atenção aos distúrbios do sono em crianças e adolescentes: relato de experiência. *In*: MOSTRA INTEGRADA DE PESQUISA E EXTENSÃO, 15, 2020. **Anais eletrônicos...UNIFOR-MG.** Disponível em: < <https://periodicos.uniformg.edu.br:21011/ocs/index.php/mipe2020/mipe2020/paper/view/889> >.

LIMA, A. I. C.; CRUZ, R.A.; SILVA, R.A. Análise dos perfis de clínicas odontológicas e de cirurgiões-dentistas em duas redes sociais quanto aos aspectos éticos, de propaganda e publicidade. **RBOL**. v. 3, n.2, p.66-73, 2016. Disponível em: < <https://portalabol.com.br/rbol/index.php/RBOL/article/view/72/92> >.

MARTINS, C.L.C.; JETELINA, J.C. Conhecimento dos pais sobre saúde bucal na infância e a relação com o motivo da consulta odontológica. **J Oral Invest**, v. 5, n. 1, p. 27-3, 2016

MONTANDON *et al.* O Instagram® como ferramenta de educação e multiplicação do conhecimento em saúde bucal. **Revista Com Censo:**

Estudos Educacionais do Distrito Federal, v. 7, n. 4, p. 185-189, dez. 2020. Disponível em: < <http://periodicos.se.df.gov.br/index.php/comcenso/article/view/954> >. Acesso em: 25 abr. 2021

MOREIRA, T. Núcleo de atendimento virtual à saúde do adolescente: uma possibilidade de intervenção ambiente escolar. **J. of Multiprofessional Health Research**. v.1, n.1, p. 28-38, 2020.

NANNI; CAÑETE. **A importância das redes sociais como vantagem competitiva nos negócios corporativos**. In: CONGRESSO VIRTUAL BRASILEIRO DE ADMINISTRAÇÃO,7, 2010. Disponível em: < http://www.convibra.com.br/upload/paper/adm/adm_982.pdf >.

NOBREGA *et al.* As redes sociais de apoio para o Aleitamento Materno: uma pesquisa-ação Social. **Saúde Debate**, Rio de Janeiro, v. 43, n. 121, p. 429-440, 2019.

NUNES, F. L. S. Realidade Virtual em saúde: já realidade ou ainda virtual?. **Journal of Health Informatics**, v. 10, n. 2, p. 01-02, 2018.

OLIVEIRA, A.L.B.M. *et al.* Promoção de saúde bucal em bebês. **Revista de Odontologia da Universidade Cidade de São Paulo**, v. 22, n. 3, p. 247-53, set-dez 2010

OLIVEIRA *et al.* Publicidade odontológica na internet: os sites de compra coletiva. **Rev Bras Odontol Leg RBOL**. 2014; v.1, n.1, p. 78-91, 2014. Disponível em: < <http://dx.doi.org/10.21117/rbol.v1i1.10> >.

OLIVEIRA, C.L. *et al.* Percepções e saberes da equipe de saúde e de familiares de crianças menores de dois anos sobre a atenção em saúde bucal infantil na Atenção Primária a Saúde. **Tempus actas de saúde colet**, Brasília, v. 13, n. 3, p. 61-77, set 2019. Epub Jul/2020.

PINTO. Marketing social e digital do Ministério da Saúde no Instagram: estudo de caso sobre aleitamento materno **RECIIS**, v. 3, n. 4, p.816-830, 2019.

PINTO, L.F. *et al.* O uso de blogs como ferramenta de apoio à gestão em saúde no nível local. **Ciênc. saúde colet**. v. 23, n. 10, p.3287-3296, 2018. Disponível em: < <https://doi.org/10.1590/1413-812320182310.16202018> >.

RAMBUKKANA, N. Hashtags as technosocial events. In RAMBUKKANA, N. Hashtag publics: The power and politics of discursive networks. New York, NY: **Peter Lang**. 2015. p.1-10.

SOARES *et al.* Descumprimento do Código de Ética Odontológica em redes sociais – análise de irregularidades vinculadas à publicidade e propaganda. **Revista Eletrônica Acervo Saúde**, v. 11, n. 16, p. e1207, out 2019.

SOUSA, C. B. **Instagram como fonte de informação para pessoas com fissura labiopalatina**. 2019. Monografia (Graduação). Fortaleza:

Universidade Federal do Ceará/Centro de Humanidades/Curso de Graduação em Biblioteconomia, 2019.

TAVARES, A.C.D. *et al.* **Construção de um Guia para o uso do Instagram no contexto do ensino remoto**: empatia durante a pandemia da COVID-19.:2020 Disponível em < <https://sol.sbc.org.br/index.php/wie/article/view/12621/12488> >. Acesso em: 29 abr. 2021.

TEIXEIRA, J. A. de C. Comunicação em Saúde: relação técnicos de saúde: utentes. **Análise Psicológica**, v. 22, n. 3, p. 615-620, 2004. Disponível em: < <http://www.scielo.mec.pt/pdf/aps/v22n3/v22n3a21.pdf> >. Acesso em: 15 de fev. 2021.

VALARELLI *et al.* Importância dos programas de educação e motivação para saúde bucal em escolas: relato de experiência. Importance of education and motivation programs for oral health in schools: experience **report. Odontol. Clín.-Cient.**, Recife, v.10, n. 2, p.173-176, 2011.

VELLOSO, A. F. **Informação e comunicação: análise das redes sociais e dos fluxos dos saberes entre profissionais da atenção Básica de Saúde**. 2014.Tese (Doutorado). Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio de Janeiro/Programa de Pós-graduação em Ciência da Informação/Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia, 2014.

VERMELHO, S.C; VELHO, APM; BERTONCELLO, V. Sobre o conceito de redes sociais e seus pesquisadores. **Educ. e Pesqui**, v.41, n.4, p. 863-81, 2015.

WATERLOO, S. F.; BAUMGARTNER, S. E.; PETER, J.; VALKENBURG, P. M. Norms of online expressions of emotion: Comparing Facebook, Twitter, Instagram, and WhatsApp. **New Media & Society**, p.1-19, 2017.

SERAFINELLI, E. Digital Life On Instagram: New Social Communication of Photography. **London: Emerald Publishing Limited**, 2018. Disponível em: < <https://doi.org/10.1177/1461444817707349> >.

YAMAGUCHI *et al.* O papel das mídias digitais e da literacia digital na educação não-formal em saúde. **Revista Eletrônica de Educação**. v.14, p.1-11, 2020.

ZIMMER, R. *et al.* O papel das mídias sociais na construção do conhecimento em Odontologia. **Stomatos**, v. 24, n.47, p. 51-55, 2018.