



Emanuela Carla dos Santos
(Organizadora)

Odontologia: Serviços Disponíveis e Acesso

Emanuela Carla dos Santos

(Organizadora)

Odontologia: Serviços Disponíveis e Acesso

Atena Editora
2019

2019 by Atena Editora
Copyright © Atena Editora
Copyright do Texto © 2019 Os Autores
Copyright da Edição © 2019 Atena Editora
Editora Executiva: Prof^a Dr^a Antonella Carvalho de Oliveira
Diagramação: Karine de Lima
Edição de Arte: Lorena Prestes
Revisão: Os Autores

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores. Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Conselho Editorial

Ciências Humanas e Sociais Aplicadas

Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof^a Dr^a Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná
Prof^a Dr^a Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Prof^a Dr^a Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Prof^a Dr^a Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof^a Dr^a Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Prof^a Dr^a Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Ciências Agrárias e Multidisciplinar

Prof. Dr. Alan Mario Zuffo – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Alexandre Igor Azevedo Pereira – Instituto Federal Goiano
Prof^a Dr^a Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná
Prof. Dr. Darllan Collins da Cunha e Silva – Universidade Estadual Paulista
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul
Prof^a Dr^a Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Prof. Dr. Jorge González Aguilera – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas

Ciências Biológicas e da Saúde

Prof. Dr. Benedito Rodrigues da Silva Neto – Universidade Federal de Goiás
Prof.^a Dr.^a Elane Schwinden Prudêncio – Universidade Federal de Santa Catarina
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria
Prof. Dr. José Max Barbosa de Oliveira Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará

Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande

Ciências Exatas e da Terra e Engenharias

Prof. Dr. Adélio Alcino Sampaio Castro Machado – Universidade do Porto
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Fabrício Menezes Ramos – Instituto Federal do Pará
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista

Conselho Técnico Científico

Prof. Msc. Abrãao Carvalho Nogueira – Universidade Federal do Espírito Santo
Prof. Dr. Adaylson Wagner Sousa de Vasconcelos – Ordem dos Advogados do Brasil/Seccional Paraíba
Prof. Msc. André Flávio Gonçalves Silva – Universidade Federal do Maranhão
Prof.ª Drª Andreza Lopes – Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento Acadêmico
Prof. Msc. Carlos Antônio dos Santos – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Msc. Daniel da Silva Miranda – Universidade Federal do Pará
Prof. Msc. Eliel Constantino da Silva – Universidade Estadual Paulista
Prof.ª Msc. Jaqueline Oliveira Rezende – Universidade Federal de Uberlândia
Prof. Msc. Leonardo Tullio – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof.ª Msc. Renata Luciane Polsaque Young Blood – UniSecal
Prof. Dr. Welleson Feitosa Gazel – Universidade Paulista

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)	
O26	<p>Odontologia [recurso eletrônico] : serviços disponíveis e acesso / Organizadora Emanuela Carla dos Santos. – Ponta Grossa, PR: Atena Editora, 2019.</p> <p>Formato: PDF Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader Modo de acesso: World Wide Web Inclui bibliografia ISBN 978-85-7247-468-9 DOI 10.22533/at.ed.689191007</p> <p>1. Odontologia – Pesquisa – Brasil. I. Santos, Emanuela Carla dos.</p> <p style="text-align: right;">CDD 617.6</p>
Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422	

Atena Editora
Ponta Grossa – Paraná - Brasil
www.atenaeditora.com.br
contato@atenaeditora.com.br

Atena
Editora

Ano 2019

APRESENTAÇÃO

Observar a evolução nos serviços prestados pela Odontologia é algo muito interessante e até mesmo admirável. Historicamente, sabemos que essa área era conduzida por um sistema rústico, onde ‘cirurgiões-barbeiros’ realizavam os procedimentos inerentes ao que era considerado saúde bucal na época. Com o passar dos anos, esse sistema foi lapidado e agora disponibilizamos de tecnologia e técnicas muito precisas, que são aprimoradas cada vez mais.

A odontologia hoje está serviço da sociedade, não só na área da saúde bucal propriamente dita, mas também atuando de forma incisiva em diversos campos, buscando contribuir para melhoria da saúde em geral e qualidade de vida da população.

Diante disto podemos perceber que a Odontologia tem expandido suas fronteiras, aumentando os serviços disponíveis, o que favorece o acesso da comunidade à esta ciência.

Esta obra demonstra a evolução, citada anteriormente, trazendo artigos científicos sobre o desenvolvimento e melhoria de técnicas, áreas revolucionárias dentro da ciência odontológica, como atuação do Cirurgião-dentista na Oncologia e ambiente hospitalar, estética, plataformas digitais, saúde coletiva vista por uma nova perspectiva e relatos de casos.

Desejo a você, leitor, que estas páginas contribuam com seu crescimento profissional e possibilite percepção de novas perspectivas.

Ótima leitura!

Emanuela Carla dos Santos

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1	1
OS SISTEMAS ADESIVOS ATUAIS IMPEDEM A MICROINFILTRAÇÃO MARGINAL?	
Ricardo Maio Gagliardi Sílvia Lustosa de Castro Jéssica Souza Cerqueira Senda Charone José Ricardo Mariano Arlindo Abreu de Castro Filho Fabiano Maluf Ana Cristina Barreto Bezerra	
DOI 10.22533/at.ed.6891910071	
CAPÍTULO 2	11
O USO DA MICROABRASÃO DE ESMALTE PARA REMOÇÃO DE MANCHAS BRANCAS SUGESTIVAS DE FLUOROSE DENTÁRIA, RELATO DE CASO CLÍNICO	
Winícius Arildo Ferreira Araújo Camila Ferreira Silva Jessica Coraiola Nevoa	
DOI 10.22533/at.ed.6891910072	
CAPÍTULO 3	17
BICHECTOMIA E A INTERMINÁVEL BUSCA HUMANA PELA BELEZA	
Sheinaz Farias Hassam Bruno de Melo Machado Wandson Lira Alustau Lara Virgínia de Almeida Alencar Cássia Luana Silva Queiroz Mariana Souza Guimarães Martins Santos Juliana Andrade Cardoso	
DOI 10.22533/at.ed.6891910073	
CAPÍTULO 4	25
REESTABELECIMENTO MORFOFUNCIONAL DE DENTES ANTERIORES PELA MATRIZ BRB: CASO CLÍNICO	
Rangel Bastos de Holanda Teixeira José Robert de Souza Marília Camila Tenório Baltar Maia Sarah Lerner Hora Laís Lemos Cabral	
DOI 10.22533/at.ed.6891910074	
CAPÍTULO 5	27
MICROBIOTA ENDODÔNTICA ASSOCIADA ÀS LESÕES REFRAATÁRIAS	
Wanessa Fernandes Matias Regis Anísio Silvestre Pinheiro Santos-Filho	
DOI 10.22533/at.ed.6891910075	

CAPÍTULO 6	38
TERAPIA ENDODÔNTICA ATRAVÉS DE REINTERVENÇÃO PARA REMOÇÃO DE ABSCESSO PERIAPICAL CRÔNICO - RELATO DE CASO CLÍNICO	
Rangel Bastos de Holanda Teixeira	
Davisson Oliveira Gomes	
Gabriela de Araujo Vieira	
Joedy Maria Costa Santa Rosa	
DOI 10.22533/at.ed.6891910076	
CAPÍTULO 7	39
TRATAMENTO ENDODÔNTICO EM PACIENTES COM NECESSIDADES ESPECIAIS	
Bruna Paloma de Oliveira	
Rafaela Souto Aldeman de Oliveira	
DOI 10.22533/at.ed.6891910077	
CAPÍTULO 8	50
MANUTENÇÃO DO REBORDO ALVEOLAR COM ENXERTO ÓSSEO PÓS EXODONTIA: UM RELATO DE CASO	
Robson Gonçalves de Mendonça	
Gustavo Silva de Mendonça	
Rafael Silva de Mendonça	
Adriana Mendonça da Silva	
Lorena Araújo Almeida	
DOI 10.22533/at.ed.6891910078	
CAPÍTULO 9	57
RESTABELECIMENTO ESTÉTICO-FUNCIONAL DE SEQUELA DE FRATURA ZIGOMÁTICA E SEIO FRONTAL	
Aécio Abner Campos Pinto Júnior	
Felipe Eduardo Baires Campos	
Luiz Felipe Lehman	
João Vitor Lemos Pinheiro	
Rafael Zetehaku Araújo	
Wagner Henriques de Castro	
DOI 10.22533/at.ed.6891910079	
CAPÍTULO 10	65
FIBROMA OSSIFICANTE BILATERAL EM MANDÍBULA: UM RELATO DE CASO RARO	
Isabela Barroso Silva	
Daniel Cavalléro Colares Uchôa	
Sarah Nascimento Menezes	
Lucas Lacerda de Souza	
Mário Augusto Ramos Júnior	
Cássio Dourado Kovacs Machado Costa	
Célio Armando Couto da Cunha Júnior	
Andrea Maia Correa Joaquim	
Flávia Sirotheau Corrêa Pontes	
Hélder Antônio Rebelo Pontes	
DOI 10.22533/at.ed.68919100710	

CAPÍTULO 11 71

ANGINA DE LUDWING: REALATO DE CASO CLÍNICO

Beatriz Soares Ribeiro Vilaça
Elvira Maria da Silva Carneiro
Gabriella Barros Rocha Barreto
Lúcio Costa Safira Andrade
Maria Emmanoelle Mascarenhas Pinto

DOI 10.22533/at.ed.68919100711

CAPÍTULO 12 74

CARCINOMA EPIDERMÓIDE DE LÍNGUA: A IMPORTÂNCIA DO CONHECIMENTO DO CIRURGIÃO-DENTISTA NO DIAGNÓSTICO PRECOCE

Fabiano de Sant'Ana dos Santos
Geovana Breciani Nogueira

DOI 10.22533/at.ed.68919100712

CAPÍTULO 13 82

A IMPORTÂNCIA DA BIÓPSIA NO DIAGNÓSTICO DO CÂNCER DE BOCA. RELATO DE CASO CLÍNICO

Fabiano de Sant'Ana dos Santos
Amanda Toledo Muzetti
Bruna de Almeida Lopes

DOI 10.22533/at.ed.68919100713

CAPÍTULO 14 88

ARTRITE REUMATOIDE ASSOCIADA À DOENÇA PERIODONTAL E DESMINERALIZAÇÃO ÓSSEA

Larissa Knysak Ranthum
Vitoldo Antonio Kozlowski Junior

DOI 10.22533/at.ed.68919100714

CAPÍTULO 15 105

PERCEPÇÃO DA CONDIÇÃO BUCAL DE PACIENTES ONCOLÓGICOS EM UMA UNIDADE DE ALTA COMPLEXIDADE EM FEIRA DE SANTANA- BA

Edla Carvalho Lima Porto
Julita Maria Freitas Coelho
Bruna Matos Santos
Caroline Santos Silva
Samilly Silva Miranda
Maurício Mitsuo Monção
Sarah dos Santos Conceição
Élayne Mariola Mota Santos
Guthierre Almeida Portugal
Sarah Souza Barros
Luciana Carvalho Bernardes Pereira

DOI 10.22533/at.ed.68919100715

CAPÍTULO 16 116

A OXIGENOTERAPIA HIPERBÁRICA E SUAS APLICAÇÕES NA ODONTOLOGIA: UMA REVISÃO DE LITERATURA

Larissa Oliveira Ramos Silva
Lucas Da Silva Barreto
David Júnio De Oliveira Pôppe
Marcelo Oldack Silva Dos Santos
Rafael Drummond Rodrigues
Paloma Heine Quintas,
Carlos Vinícius Ayres Moreira
Rafael Moreira Daltro
Edval Reginaldo Tenório Júnior
Joaquim De Almeida Dultra

DOI 10.22533/at.ed.68919100716

CAPÍTULO 17 123

CISTOS INFLAMATORIOS EM PACIENTES INFANTIS: METODO DE APROVEITAMENTO DE DENTES ENVOLVIDOS

Thalles Moreira Suassuna
Fábio Correia Sampaio
José Wilson Noletto Ramos Júnior
Ávilla Pessoa Aguiar
Nathalie Murielly Rolim de Abreu
Tácio Candeia Lyra

DOI 10.22533/at.ed.68919100717

CAPÍTULO 18 130

TREATMENT OF INCOMPLETE RHIZOGENESIS THROUGH PULP REVASCULARIZATION TECHNIQUE. A CASE REPORT

Evelynn Crhistyann Medeiros Duarte
Laísa Thaíse De Oliveira Batista
Augusto César Fernandes De Lima
Camila Ataíde Rebouças
Ana Lúcia Moreira
Aurino Fernandes De Brito Júnior
Máclilio Dias Chaves De Oliveira
Fábio Roberto Dametto

DOI 10.22533/at.ed.68919100718

CAPÍTULO 19 139

PERCEPÇÃO DE PUÉRPERAS EM RELAÇÃO À ATUAÇÃO DO CIRURGIÃO-DENTISTANO SERVIÇO HOSPITALAR

Caique Mariano Pedroso
Karol Keplin
Maria Cecília Carneiro Weinert
Amanda Teixeira Darold
Ana Paula Xavier Ravelli
Fabiana Bucholdz Teixeira Alves

DOI 10.22533/at.ed.68919100719

CAPÍTULO 20 148

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DA POLICLINICA E CEO DO GEORGE AMÉRICO – PET SAÚDE/
GRADUASUS – ODONTOLOGIA

Lydia de Brito Santos
Claudia Cerqueira Graça Carneiro
Dayliz Quinto Pereira
Ivana Conceição Oliveira da Silva
Juliana Albuquerque Reis Barreto
Laerte Oliveira Barreto Neto
Veruschka Hana Sakaki Souza Monteiro
Amanda Silva Gama
Leticia Santos Souza
Pedro Gabriel Dantas Guedes
Polyana Pedreira Pimenta

DOI 10.22533/at.ed.68919100720

CAPÍTULO 21 156

HÁ EQUIDADE NA DISTRIBUIÇÃO DO SERVIÇO ODONTOLÓGICO NA ATENÇÃO PRIMÁRIA?

Amanda Luiza Marconcini
Roberta Lamoglia
Carolina Matteussi Lino
Cristina Berger Fadel
Manoelito Ferreira Silva Junior

DOI 10.22533/at.ed.68919100721

CAPÍTULO 22 165

USO DO PRONTUÁRIO ODONTOLÓGICO NO SERVIÇO PÚBLICO SOB A ÓTICA DE
COORDENADORES DE SAÚDE BUCAL

Cosmo Helder Ferreira da Silva
Angélica Carmem Santiago de Sousa
Gabriela Soares Santana
Eduardo da Cunha Queiroz
Zila Daniere Dutra dos Santos
Roque Soares Martins Neto
Andressa Aires Alencar
Adricia Kelly Marques Bento
Sofia Vasconcelos Carneiro
Luiz Filipe Barbosa Martins

DOI 10.22533/at.ed.68919100722

CAPÍTULO 23 178

AValiação ESPECTROFOTOMÉTRICA DA ESTABILIDADE DE COR DE 4 MARCAS COMERCIAIS
DE DENTES ARTIFICIAIS

Melissa Okihiro
Nerildo Luiz Ulbrich
Emanuela Carla dos Santos
Marcos André Kalabaide Vaz
Rui Fernando Mazur
Ana Paula Gebert de Oliveira Franco

DOI 10.22533/at.ed.68919100723

CAPÍTULO 24 186

ESCANEAMENTO INTRAORAL EM PRÓTESE MÚLTIPLA E UNITÁRIA SOBRE IMPLANTES: PRECISÃO, TEMPO DE TRABALHO, CONFORTO E CUSTO

Joselúcia da Nóbrega Dias
Karen Oliveira Peixoto
Kêiverton Rones Gurgel Paiva
Larissa Mendonça de Miranda
Raissa Pinheiro de Paiva
Taciana Emília Leite Vila-Nova
Adriana da Fonte Porto Carreiro
Erika Oliveira de Almeida
Gustavo Augusto Seabra Barbosa

DOI 10.22533/at.ed.68919100724

CAPÍTULO 25 199

OVERLAY: ALTERNATIVA PROVISÓRIA PARA A REABILITAÇÃO DE PACIENTES COM DIMENSÃO VERTICAL DE OCLUSÃO DIMINUÍDA

Eloísa Cesário Fernandes
Mikaele Garcia de Medeiros
Mauro Bezerra do Nascimento Júnior
Glécio Clemente de Araújo Filho
Eduardo José Guerra Seabra
Juliana Carvalho Sá

DOI 10.22533/at.ed.68919100725

CAPÍTULO 26 207

ESTUDO COMPARATIVO DO EXTRATO GLICÓLICO DE ROMÃ (*PUNICA GRANATUM L.*) À 10% INCORPORADO EM ENXAGUATÓRIO BUCAL FRENTE AO CLOREXIDINE 0,12%

Guilherme Brambilla
Léa Maria Franceschi Dallanora
Marta Diogo Garrastazu
Soraia Almeida Watanabe Imanishi
Bruna Eliza De Dea
Fabio José Dallanora

DOI 10.22533/at.ed.68919100726

CAPÍTULO 27 217

SORRISO TEEN: APLICATIVO *MOBILE* E UTILIZAÇÃO DE REDE SOCIAL COMO ESTRATÉGIA DE ORIENTAÇÃO EM SAÚDE BUCAL PARA JOVENS E ADOLESCENTES

Patricia Lopes Milanesi Camargo Penteado
Melissa Thiemi Kato

DOI 10.22533/at.ed.68919100727

CAPÍTULO 28 232

ESTILO DE VIDA, AUTOCUIDADO BUCAL E CONDIÇÃO METABÓLICA DE ADULTOS ATENDIDOS EM UM CENTRO DE ATENÇÃO AO DIABÉTICO E HIPERTENSO DE UMA REGIÃO URBANA

Edla Carvalho Lima Porto
Julita Maria Freitas Coelho
Bruna Matos Santos
Caroline Santos Silva
Samilly Silva Miranda
Maurício Mitsuo Monção
Sarah dos Santos Conceição
Élayne Mariola Mota Santos
Guthierre Almeida Portugal
Sarah Souza Barros
Luciana Carvalho Bernardes Pereira

DOI 10.22533/at.ed.68919100728

CAPÍTULO 29 244

O PAPEL DA AUDITORIA NAS NEGOCIAÇÕES E COMPRAS DE ÓRTESE, PRÓTESE E MATERIAL ESPECIAL NAS OPERADORAS DE SAÚDE

Rafaela Souto Aldeman de Oliveira
Bruna Paloma de Oliveira

DOI 10.22533/at.ed.68919100729

CAPÍTULO 30 254

AVALIAÇÃO EM MEV DO INTERCAMBIAMENTO DE UCLAS EM DIFERENTES IMPLANTES

Zandra Meire de Melo Coelho
Carlos Nelson Elias
James Carlos Nery
George Furtado Guimarães
Márcio Luiz Bastos Leão

DOI 10.22533/at.ed.68919100730

SOBRE A ORGANIZADORA..... 268

DO CURRENT ADHESIVE SYSTEMS PREVENT MARGINALMICROLEAKAGE?

ABSTRACT: The adhesives continue to evolve, as well as the composite resin restorations, but need to be constantly evaluated. Ideally, clinical research is better for this purpose, but clinically the standardization of protocols is more difficult, increasing biases. Thus, a laboratory protocol was made, where some adhesive systems (AS) used in the national market were selected for in vitro research. Thirty healthy human teeth were randomly selected and distributed in 5 groups: G1 - Âmbar; G2 - Adper Scotchbond Multiuso; G3 - Clearfil SE Bond; G4 - OptiBond All-In-One e G5 - Vitro Fill LC (control). Class V cavitary preparations were made with cervical termination 1.0 mm below the amelocementary junction. The AS were used according to the manufacturers' instructions and restored with the Opallis composite resin and curing for 20 seconds in each increment with the same LED. They were stained with 2% methylene blue for 24 hours and microleakage was evaluated with a magnifying glass according to the scale rating of 0-4. Statistical differences were found in the cervical marginal microinfiltrations of G1 restoration in relation to the control group and G2. However, this G1 did not differ from groups 3 and 4. The G2 presented the best results, similar to G5. In this way, the conventional 3-step AS was the only one with similar results to the control group.

KEYWORDS: microleakage, adhesive system, composite resin

1 | INTRODUÇÃO

Todos os procedimentos estéticos e mais conservadores feitos na odontologia contemporânea se tornaram possíveis através do desenvolvimento dos sistemas adesivos e, conseqüentemente, a odontologia atual busca a máxima conservação da estrutura dental. Os sistemas adesivos evoluíram muito e hoje são classificados de acordo com a estratégia de condicionamento da estrutura dentária: aqueles que condicionam e lavam (etch-and-rinse) ou os autocondicionante (self-etch). Os sistemas adesivos que utilizam condicionamento e enxágue (também chamado de condicionamento total) podem ser apresentados como sistemas adesivos de 3 passos ou de dois passos. O primeiro faz condicionamento total do esmalte e dentina, seguido da aplicação do *primer* e em seguida a aplicação do adesivo. O segundo apresenta *primer* e adesivo misturado em um único frasco (monocomponente). O condicionamento total feito por eles utiliza géis de ácido fosfórico com concentrações entre 32% e 37% para desmineralizar a estrutura dentária. Os *primers* são monômeros, polímeros hidrofílicos, transportados em um solvente. Os solventes usados em *primers* podem ser acetona, etanol ou água. Os sistemas autocondicionantes geralmente contêm monômeros do tipo éster com grupos fosfato ou carboxílicos ácidos adicionados e dissolvidos em água. Eles podem ser apresentados como sistemas de dois passos onde há a associação do ácido fosfórico com o *primer*, chamado *primer* ácido ou autocondicionante, e o adesivo hidrofóbico em outro frasco separado. Eles também podem ter os três componentes associados, chamados de sistema autocondicionante

SORRISO TEEN: APLICATIVO MOBILE E UTILIZAÇÃO DE REDE SOCIAL COMO ESTRATÉGIA DE ORIENTAÇÃO EM SAÚDE BUCAL PARA JOVENS E ADOLESCENTES

Patricia Lopes Milanesi Camargo Penteadó

Universidade do Sagrado Coração – USC
Bauru – SP

Melissa Thiemí Kato

Faculdade do Centro Oeste Paulista - FACOP
Piratiníngá - SP

RESUMO: Defende-se aqui o desenvolvimento de um aplicativo *mobile* como estratégia de orientação em saúde bucal para jovens e adolescentes, com interação de rede social digital. O aplicativo foi criado usando-se o passo a passo da plataforma desenvolvida por programadores do site “*Universo.mobi*”, e uma página do *Facebook* “*SORRISO TEEN*” com conteúdo inserido automaticamente no aplicativo. A análise estatística foi realizada utilizando-se dados gerados pelos respectivos sites. O aplicativo e a Página mostraram-se interessantes como apoio às ações educativas de profissionais da área, podendo até ser inserido em programas públicos de saúde bucal direcionados a esta faixa etária.

PALAVRAS-CHAVE: Educação em Saúde. Motivação. Adolescente. Rede Social. Tecnologia digital.

ABSTRACT: We defend the relevance of developing a mobile application as a guidance

strategy in oral health for young people and adolescents, with interaction to digital social network. The method used to create the application was step by step this site, using the platform developed by programmers of the website “*Universo.mobi*”, equipped with tools that allows anyone without programming knowledge to create an application. At the same time created a Facebook page “*SORRISO TEEN*” which has its automatically entered content in the application. The application of statistical analysis performed using the statistics generated on the platform sites. The application proved to be interesting as support for educational activities professionals in odontological area, and may even be inserted into public programs oral health directed to this age group.

KEYWORDS: Health Education. Motivation. Teenager. Social Networking. Digital Technology

INTRODUÇÃO

A adolescência e a juventude constituem-se em oportunidades privilegiadas para se garantir a plena expressão dos potenciais de crescimento e desenvolvimento de cada indivíduo. Investir na saúde da população de adolescentes e de jovens é custo efetivo (BRASIL, 2010). Práticas educativas de promoção da saúde de jovens e adolescentes

tem grande relevância pois podem criar um impacto significativo na saúde pública da população.

A educação é uma estratégia fundamental no processo de formação de atitudes promotoras de saúde e também de sua manutenção. Mudanças de hábitos e motivação sobre comportamentos saudáveis decorrem de maior conhecimento sobre saúde, transformando o indivíduo em sujeito ativo nas decisões sobre sua saúde.

Os adolescentes e jovens são uma parcela significativa da população, que necessita de atenção à saúde específica e que continuam apresentando problemas de saúde bucal, que já deveriam ter sido controlados por meio da efetividade dos programas de educação e atenção à saúde da criança. Observa-se que reflexos negativos importantes ainda ocorrem na fase adulta devido à falha de autocuidado destes indivíduos, mostrando a necessidade de novas abordagens de educação em saúde bucal que efetivamente modifiquem o quadro da saúde bucal da população.

Assim, é relevante usar novas formas de abordagem, motivação e educação para que transformem suas atitudes em relação à sua saúde em ações efetivas e que levem para o resto de suas vidas estes hábitos saudáveis.

Meios tradicionais de educação em saúde como palestras, dramatizações, não têm motivado esta população com a efetividade requerida. Usar o interesse destes jovens e adolescentes parece ser um meio de atingi-los com sucesso.

O intenso interesse dos jovens por tecnologia é observado em todo mundo, sendo o uso dos celulares expressivo. Com a expansão das tecnologias móveis, eles estão usando cada vez mais seus *smartphones* e *tablets* para aprendizagem formal (13%) e informal (87%), além de entretenimento e comunicação (CARVALHO, 2009). A aprendizagem informal acontece naturalmente, quase sempre integrada a outras tarefas. Muitas atitudes são tomadas inconscientemente e é sempre por iniciativa própria. São espontâneas, desestruturadas e acontecem nas nossas atividades diárias, em diferentes ambientes, denominadas de tendência de aprendizagem emergente (CARVALHO, 2009).

O celular, apesar de ser usado na maioria das vezes para comunicação e distração, pode ser instrumento de apoio à aprendizagem em qualquer área do conhecimento, pois estão incorporados ao cotidiano dos jovens e são considerados itens indispensáveis na vida destes indivíduos.

Os aplicativos *mobile*, conhecidos genericamente como *apps*, são *softwares* (programas especializados) que carregam nos aparelhos eletrônicos funcionalidades específicas para facilitar certas aplicações existentes ou novas atribuídas como por exemplo, a de um aparelho celular, que além das funções originais de fazer e receber chamadas também exibe vídeos, serve como leitor de livros, entre outras (NASCIMENTO; MARTINS; VICTER, 2013)¹.

Os aplicativos podem ser acessados, utilizando um *smartphone* ou *tablet*, que se

¹ NASCIMENTO, H. J.; MARTINS, H. G.; VICTER, E. F. Aplicativos para dispositivo móvel: entendendo o conceito de função matemática, Duque de Caxias, 2013.

conecta, via um portal na *Internet*, à uma biblioteca de *apps*. Os usuários podem navegar pela biblioteca e procurar aplicativos específicos que atendam às suas necessidades. Devido à sua portabilidade, capacidade de atualização, velocidade e simplicidade, aplicativos de *smartphones* são uma ferramenta ideal para referência rápida que ao acessar um computador de mesa não seria viável (BAHETI; TOSHNIWAL, 2014).

O desenvolvimento de um aplicativo para celular com interação com rede social digital é uma forma do cirurgião-dentista ir ao encontro aos interesses destes indivíduos, praticando ações educativo-preventivas direcionadas a eles, criando medidas mais eficazes de transformação pessoal, com reflexos positivos a longo prazo em toda a saúde da população. Os aplicativos de saúde bucal que estão disponíveis no momento são em sua maioria voltados para crianças e poucos voltados para os adultos.

Os aplicativos são mais uma ferramenta para auxiliar a promoção da saúde bucal, sendo um canal de mão dupla para redes sociais, que podem por intermédio da interatividade, potencializar a estratégia de aprendizagem em saúde.

Atualmente existem várias redes sociais disponíveis que reúnem milhões e até bilhões de pessoas com interesses comuns, formando grupos de interação para troca de informações. *Snapchat*, *WhatsApp*, *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* são algumas das tantas redes sociais disponíveis para uso atualmente.

Esses grupos nas redes sociais estão sendo utilizados para compartilhar informações sobre alguns problemas de saúde, esclarecer dúvidas com quem passa pelo mesmo problema, sendo suporte para decisões sobre tratamentos, indicar inovações na área e até dar apoio emocional.

As principais atividades dos adolescentes na *internet* estão relacionadas às redes sociais, ao entretenimento e a busca de informações (UNICEF, 2013). Para a maioria dos adolescentes a *internet* é uma ferramenta de comunicação que faz parte de seu cotidiano, permitindo-lhes usufruir as possibilidades da vida *online*, estar em contato com outras pessoas, ter acesso a informações, bibliotecas virtuais e participar de debates sobre temas que interferem em sua vida (UNICEF, 2013).

O educador em saúde bucal pode lançar mão dessas ferramentas de comunicação para alcançar o jovem e adolescente. Um canal direto que permite conhecer melhor seu público-alvo e interagir com eles de forma rápida.

A escolha do tema do trabalho pautado na adolescência está ancorada em nossa experiência profissional com crianças e adolescentes, exercido durante 29 anos nos serviços de saúde, mais especificamente no atendimento clínico destes indivíduos em uma ONG e no atendimento como especialista em periodontia do Centro de Especialidades Odontológicas (CEO), programa do Brasil Sorridente. Observando a falta de conhecimentos sobre saúde bucal dos adultos atendidos no CEO, viu-se reforçada, a ideia de que há necessidade de mudança na abordagem dos adolescentes e jovens no cuidado de sua saúde bucal para que ao se tornarem adultos tenham melhor condição bucal. Muitas vezes, ao fazer orientação em higiene bucal dos adultos escutamos “Se soubesse disto antes...” ou “Nunca ninguém me

explicou desta forma...”. Assim, a falha está na consolidação do trabalho de prevenção que é feito na infância, sem o reforço efetivo no período da adolescência e juventude, período de consolidação de hábitos. As experiências geradas a partir do convívio com adolescentes, da vivência de suas diversidades, medos, apreensões e in experiências relacionadas à sua necessidade de tratamento dentário desencadearam o interesse de desenvolver uma forma mais efetiva de motivá-los a cuidar melhor de sua boca. Com base neste problema surgiu as seguintes questões: Qual a melhor forma de motivar estes adolescentes e jovens, já que as palestras não têm surtido o efeito necessário para a transformação de seus comportamentos? Quais são os interesses destes indivíduos? Qual o meio de comunicação que poderia ser mais efetivo para alcançá-los? Como usar a tecnologia para sua abordagem e educação? A fim de criar um novo meio de motivação destes indivíduos, respondendo a estas indagações decidiu-se usar a tecnologia pela qual estes jovens e adolescentes mostram grande interesse como meio de interagir com eles, e informalmente promover a educação em saúde bucal.

MATERIAL E MÉTODO

Este trabalho foi realizado no período de outubro de 2014 a setembro de 2015, sendo que os dados foram coletados no período de 25 de fevereiro a 15 de setembro de 2015.

Tratou-se de um estudo descritivo de investigação observacional transversal, na qual foi utilizado como instrumento de investigação o aplicativo *SORRISO TEEN* criado para uso em *smartphones* e/ou *tablets*, com acesso à rede social do *Facebook*.

O aplicativo foi criado de forma simples, usando-se a plataforma desenvolvida pelo site “*Universo.mobi*”, dotada de ferramentas que permite, que qualquer pessoa sem conhecimento em programação, crie um aplicativo.

Os textos foram criados a partir da observação e experiência clínica obtida com crianças, adolescentes, jovens e adultos; levando-se em conta os problemas mais comuns encontrados na faixa etária de interesse, as necessidades observadas em relação à educação em saúde bucal, os assuntos mais abordados pelos adolescentes e jovens dentro do consultório dentário e os problemas detectados por deficiência de informação e formação nestes indivíduos, quando chegam à idade adulta.

Para fazer a página no *Facebook* também seguiu -se o passo a passo indicado no site e inseriu-se o *link* para o endereço do aplicativo *SORRISO TEEN*: http://app.vc/sorriso_teen.

A análise estatística do aplicativo foi realizada usando-se a estatística gerada na plataforma de desenvolvedor do site “*Universo.mobi*” (Fábrica de Aplicativos) e da Página *SORRISO TEEN* no *Facebook* por meio dos dados obtidos na própria página.

RESULTADOS

Basicamente teve-se como resultados a criação do Aplicativo SORRISO TEEN e da Página SORRISO TEEN no Facebook com interação entre si, com conteúdo educativo em saúde bucal direcionado a jovens e adolescentes. O *app* (aplicativo) foi criado para ser multi-plataforma e funcionar em celulares *Android*, *iPhone*, *Firefox OS* e *Windows Phone*.

Dentre as funcionalidades disponíveis para a criação do aplicativo no *site Universo.mobile/Fábrica de Aplicativos* escolheu-se listas, que eram abas onde foram inseridos os textos, mural de comentários, no qual o usuário pôde tirar dúvidas, fazer comentários e *Facebook*, na qual o aplicativo recebeu toda atualização da página criada nesse *site* com publicações complementares às do aplicativo, ou novos temas não abordados no *app*.

A criação da página do *Facebook SORRISO TEEN* tornou-se interessante, pois por meio dela, os usuários do aplicativo puderam ter mais interatividade.

A divulgação do aplicativo e da Página do *Facebook* foi realizada “boca a boca”, utilizando-se divulgação na Página do *Facebook* gratuitamente e a divulgação paga, que apareceu para o internauta como página sugerida.

A Página foi direcionada para a faixa etária de 13 a 65 anos, pois, apesar do objetivo de alcançar a adolescência e juventude, a indicação da página por pessoas de mais idade ao público-alvo poderia ser útil.

ANÁLISE ESTATÍSTICA

Os *sites* “Fábrica de Aplicativos” e “Facebook” forneceram todos os dados estatísticos do aplicativo e da página SORRISO TEEN. Assim a análise estatística de cada um deles foi baseada nestes dados.

Após sete meses do lançamento do aplicativo observou-se que houveram 227 *downloads* do aplicativo e 602 acessos no total.

A página do *Facebook* nos deu os dados de movimentação da página.

Em 15/09/2015, a Página *SORRISO TEEN* contou com 3342 fãs. Observou-se a curva ascendente do número de fãs desde 25/02 a 15/09/2015, relacionando número de pessoas X dias. Até abril de 2015, houve um crescimento expressivo do número de fãs, depois ocorreu uma estagnação, até início de julho, quando houve novo crescimento, mas sem a expressividade ocorrida antes de abril. Observou-se nova estagnação, com novo crescimento após o final de agosto, que também se mostrou discreto comparado com o crescimento inicial. Estes dois últimos aumentos no número de fãs coincidiram com promoções pagas.

Analisando o alcance total das publicações obteve-se o número de pessoas que receberam alguma atividade da Página, incluindo publicações, publicações de outras pessoas na Página, anúncios para curtir a Página e menções (postagens feitas por

outros usuários diretamente na sua Página) X tempo (dias). O desempenho médio ao longo do tempo relacionado com promoção paga e orgânica pôde ser comparado ao longo do tempo. O alcance total foi o número de pessoas que viram as publicações, independentemente de onde a tenham visto. Se a publicação alcançou uma pessoa de forma orgânica e por um anúncio, essa pessoa foi incluída no alcance orgânico, no alcance pago e no alcance total. O alcance orgânico foi o número total de pessoas que viram as publicações por meio de uma distribuição não paga. O alcance pago foi o número total de pessoas que viram as publicações como resultado de anúncios.

Analisou-se o alcance total da Página *SORRISO TEEN* relacionando o número de pessoas X dias e meses. Por meio da análise dos dados do próprio *Facebook*, notou-se que de fevereiro à primeira quinzena de abril houve um alcance melhor em relação ao período subsequente até final de agosto/primeira quinzena de setembro de 2015. Mesmo o alcance pago conseguiu melhor resultado e na semana de 23/04 a 30/04, conseguiu a melhor performance de uma só publicação sem que fosse realizado promoção paga da mesma. Todas as vezes que realizou -se uma promoção paga, o resultado obtido foi melhor e se comparado à curva de crescimento de número de fãs, isso também ocorreu. Apesar de que após abril, mesmo as promoções pagas não tiveram performance proporcional às obtidas anteriormente.

A soma do alcance da publicação não foi igual ao alcance total porque as Páginas puderam alcançar pessoas por meio de outros tipos de conteúdo que não as publicações. Por exemplo, se alguém acessou uma Página depois de procurar por ela, essa pessoa foi contada no alcance total, mas não no alcance da publicação. Além disso, se alguém viu mais de uma publicação da Página, essa pessoa foi contabilizada no alcance de cada publicação visualizada, mas foi contabilizada somente uma vez no alcance total.

Clicando-se em “Publicações” teve-se acesso aos gráficos que mostraram “Quando os fãs estiveram conectados”, “Tipos de publicações” e “Principais publicações de páginas que você acompanha”. Essa aba ajudou na hora de programar conteúdo, pois deu a média do número de pessoas que viu qualquer publicação na Página por hora. Essas informações foram do período de apenas uma semana, sendo que referente aos últimos sete dias, assim para programar o conteúdo teve-se que consultá-la antes.

Notou-se por intermédio dos dados de “quando os fãs estiveram conectados” na semana de 07/09/2015 a 13/09/2015 os maiores picos de fãs conectados da Página *SORRISO TEEN* ocorreram às 13 horas com 1085 fãs conectados e às 21 horas com 1153 fãs conectados, sendo que nessa semana os menores índices de fãs conectados foram entre as 3 horas e 4 horas, com 113 e 97 pessoas conectadas respectivamente. Entre meia-noite e 7 horas houve a menor média de fãs conectados. De segunda a sexta dessa semana cerca de 2484 a 2780 fãs estiveram conectados por dia, sendo que no sábado houve a maior quantidade de fãs conectados e segunda, o menor número. Horários do dia foram mostrados no fuso horário local do computador usado para acessar esses dados. Assim concluiu-se que no sábado às 21 horas foi o melhor

dia e horário para realizar postagem pois esta aparecia em um maior número de *feeds* de fãs. Estes dados sofreram modificações diárias mas percebeu-se que sempre o horário e o dia de maior alcance permaneceram semelhantes.

Na mesma página “Publicações”, porém clicando em “Tipos de publicações” teve-se acesso a todas as publicações da Página no período de tempo selecionado com tipo (foto, status ou link), direcionamento (no caso da *SORRISO TEEN* optou-se por “público”), seu alcance (orgânico ou pago/ fãs e não fãs) e envolvimento (cliques em publicações, curtidas, comentários, compartilhamento, ocultações de publicações, ocultações de todas as publicações, denúncias de *spam*, opções “Curtir” e taxa de envolvimento). A publicação pode ser impulsionada fazendo-se um clique em “Impulsionar” (promoção paga). No *site*, clicando-se em “ver mais” pode-se ver todas publicações, desde a primeira realizada.

As publicações com mais alcance foram:

- a) **“Doenças do coração podem ter origem na boca”** (11.772 pessoas alcançadas, 53 curtidas, 3 comentários e 158 compartilhamentos);
- b) **“Como problemas no rim podem estar relacionados com a boca”** (1.442 pessoas alcançadas, 66 curtidas, 121 cliques em publicações e 25 compartilhamentos);
- c) **“Baixem o aplicativo no celular! http://app.vc/sorriso_teen”** (1284 pessoas alcançadas, 8 curtidas, 1 comentário e 32 compartilhamentos);
- d) **“Qualquer pessoa pode ter erosão nos dentes? ”** (1243 pessoas alcançadas, 12 curtidas, 1 comentário e 13 compartilhamentos);
- e) **“Tratamento dentário durante a gravidez é seguro? ”** (1.196 pessoas alcançadas, 10 curtidas, 63 cliques na publicação e 34 compartilhamentos);

A primeira publicação que foi impulsionada com anúncio pago foi: “Nosso aplicativo foi atualizado” (9776 pessoas alcançadas, 88 orgânicos, 9688 pagos, 5 cliques no link, 439 curtidas, 1 compartilhamento e 1 comentário). Foram atingidos 28,4% mulheres e 71,6% homens. Realizou-se nova promoção paga com a publicação “Você quer ter um sorriso perfeito? ”. Esta promoção foi realizada para poder comparar seu alcance pago com o orgânico, já que estava com baixo alcance e envolvimento. A partir de uma promoção de apenas dois dias, notou-se um impulsionamento expressivo (alcance total de 1770 pessoas, 118 no orgânico, 1652 pagos, 123 curtidas, 43 cliques em publicações e 2 compartilhamentos).

Como exemplo de publicação de publicação que teve um excelente alcance orgânico e interação obteve destaque a publicação “Doenças do coração podem ter origem na boca”.

Na página “ Mensagens” os usuários que desejaram se comunicar com a Página *SORRISO TEEN* puderam fazê-lo com privacidade. O acesso a elas foi feito clicando-

se em “Mensagens”.

Na página Notificações analisou-se, dia a dia, cada um dos movimentos na Página: apareceu o perfil de cada uma das pessoas que curtiram, compartilharam ou fizeram comentários. Clicando em cima do nome da pessoa pode-se acessar o *link* para a página da mesma. Com isso conseguiu-se ver as informações de todo o perfil público da pessoa (quem é, o que faz, entre outras). Em “Atividade” foi observada cada atividade realizada na Página pelas pessoas que interagiram com ela.

A página “Pessoas”, mostrou uma visão demográfica dos fãs, onde foi possível identificar sexo, idade, localização e idiomas falados pelos fãs. Essas informações funcionaram como indicador se as publicações estavam atraindo o público desejado. Notou-se que após sete meses de criação da Página, 88% dos fãs eram do sexo feminino, 12% masculino, 28% de 13-17 anos, 29% de 18-24 anos, 20% de 25-34 anos sendo 23 % de 35 até mais de 65 anos. Em março: 85% dos fãs nesse período eram do sexo feminino, 15% masculino, 32% de 13-17 anos, 19% de 18-24 anos, 18% de 25-34 anos.

Dentro da página “Pessoas” obteve-se ainda os dados das pessoas alcançadas, mostrando o perfil demográfico dentre as pessoas que efetivamente viram as publicações. Os resultados em setembro de 2015 foram: 82% das pessoas alcançadas do sexo feminino e 18% masculino; sendo que 1% estavam na faixa etária de 13-17 anos, 18% de 18-24 anos e 14% de 24-34 anos. Em março eram: 86% das pessoas envolvidas do sexo feminino, 14% masculino, 32% de 13-17 anos, 19 % de 18-24 anos, 19% de 25-34 anos. Após duas promoções pagas notou-se que rapidamente os dados se alteraram com 91% das pessoas alcançadas do sexo feminino e 9% masculino; sendo que 34,64% estavam na faixa etária de 13-17 anos, 17% de 18-24 anos e 25% de 24-34 anos.

Ainda dentro da página “Pessoas” analisou-se os dados das pessoas envolvidas com as publicações, mostrando o perfil demográfico dentre as pessoas que efetivamente interagiram com a Página *SORRISO TEEN*. Em setembro de 2015, 94% das pessoas envolvidas eram do sexo feminino, 6% masculino, 1,33 % de 13-17 anos, 16,89 % de 18-24 anos, 28,89% de 25-34 anos, 26,44% de 35-44 anos e 26,45% de 45 a mais de 65 anos. E março, 86% das pessoas envolvidas eram do sexo feminino, 14% masculino, 32% de 13-17 anos, 19% de 18-24 anos, 19% de 25-34 anos. Após realizar-se um anúncio pago pelo período de 7 dias para impulsionar a Página e outro de 2 dias para impulsionar a publicação “Você quer ter um sorriso perfeito”, houve mudança principalmente na porcentagem de adolescentes de 13 a 17 anos, quanto ao alcance e envolvimento destes com a Página *SORRISO TEEN*. Constatou-se essa mudança analisando os dados do perfil demográfico de 15/09/2015, do qual 96% das pessoas envolvidas eram do sexo feminino, 4% masculino, 28,96 % de 13-17 anos, 14,64 % de 18-24 anos, 27,80% de 25-34 anos, 15,32 % de 35-44 anos

DISCUSSÃO

A criação de um aplicativo *mobile* com interação com Página do *Facebook* com conteúdo de educação em saúde bucal para jovens e adolescentes foi viável e atingido. Percebeu-se que os profissionais de saúde precisavam lançar mão de novas ferramentas para atingir os objetivos de melhoria da qualidade da saúde bucal nesta faixa etária. Para isso teve-se que ampliar os conhecimentos sobre estratégias de ensino e aprendizagem, pois constituíam-se em métodos e meios para potencializar a atuação de educação em saúde.

Procurou-se, então, conhecer suas expectativas, vivências, visão do mundo, os meios de expressão que os despertassem para que lançando mão destes conhecimentos para a elaboração do material educativo e formas de abordagem que levassem à efetividade as ações educativas. Foi necessário procurar conhecer e compreender as características da geração denominada “Z”, definição sociológica para a geração da década 90 aos dias atuais. Eles não conheceram o mundo sem internet. Percebeu-se que, críticos, dinâmicos, exigentes, sabiam o que queriam, não gostavam de hierarquias nem de horários poucos flexíveis. Estes indivíduos foram o público alvo.

O desafio de educar estes jovens e adolescentes estava em compreender e saber usar a favor suas características cognitivas, emocionais e psicossociais em mudança e desenvolvimento. A abordagem e interação com estes indivíduos podia determinar a qualidade da promoção de sua saúde tornando-os empoderados, e em consequência, agentes de transformação de sua saúde e multiplicadores de conhecimento.

Percebeu-se que a preocupação dos jovens e adolescentes quanto à sua boca tinha relação, na maioria das vezes, relação com a estética. Assim, os problemas estéticos tinham um impacto importante na sua autoestima. Essa preocupação podia ser usada pelo profissional para motivação a cuidarem melhor de sua higiene, e consequentemente, de sua saúde bucal.

Estas informações deram a possibilidade de planejamento de estratégias de educação em saúde que despertassem mais interesse e envolvimento destes indivíduos.

“O principal motivo para a dificuldade de motivação do adolescente é a desatualização das técnicas de educação em saúde bucal direcionadas a esta faixa etária” (MEDEIROS et al., 2004).

A falta de motivação e consequente não cooperação dos jovens e adolescentes em relação ao seu autocuidado bucal tinha base nas características que a maior parte destes indivíduos apresentavam que era a pressa na higiene, a falta de atenção, a preguiça e o pensamento disperso. Isto era agravado pelo fato de que nesta fase os pais lhes davam mais autonomia para seus cuidados pessoais.

O fascínio que as tecnologias tinham sobre estes indivíduos colaborou para o uso de novas alternativas de ferramentas para a educação em saúde bucal. O

intenso interesse dos jovens por tecnologia observado em todo mundo, tornou o uso dos celulares expressivo. O *smartphone* mostrou-se como uma das tendências mais dinâmica e onipresente na comunicação. Assim o desenvolvimento de aplicativos gratuitos na área de saúde bucal poderia ser uma ferramenta efetiva para transformação dos hábitos dos adolescentes e jovens.

Criar um aplicativo requeria conhecimento na área de programação e investimento pesado de tempo e dinheiro, mas ao ler um artigo do jornal eletrônico O Globo em 03/05/2013 com o título “Menino de 12 anos cria aplicativo de educação e vira sucesso na *internet*” viu-se a possibilidade de realizar este produto sem estes pré-requisitos. O artigo falava de um menino de apenas 12 anos, que sem ter estudado programação, havia criado um aplicativo de celular para o cálculo dos pontos necessários para atingir a média mínima de aprovação na escola, batizado de *iBoletim* (VIEIRA, 2013). Este aplicativo virou um sucesso. Transportou-se assim essa ideia de realização para a área de saúde bucal, na qual, cirurgiões-dentistas, igualmente sem conhecimentos de programação, poderiam lançar mão dos mesmos meios para criar um aplicativo para educação de jovens e adolescentes. Viu-se então que este projeto seria viável. Com a ajuda do *site* de busca *Google* percebeu-se que a entrada no mercado móvel não requeria, necessariamente, milhares de dólares e meses de trabalho. Existiam muitas plataformas disponíveis para ajudar as pessoas que desejassem desenvolver um aplicativo – rapidamente e sem nenhuma necessidade do conhecimento de codificação, apenas com um pequeno investimento.

Durante o desenvolvimento do aplicativo alguns desafios foram objeto de enfrentamento. O primeiro deles foi o desconhecimento por parte dos autores, da área de programação. O segundo desafio foi a definição do conteúdo do aplicativo, que deveria estar de acordo com a faixa etária e utilização de linguagem leiga. Durante o desenvolvimento ocorreram inúmeras alterações devido às dificuldades de inserção e principalmente na sua distribuição na biblioteca de *app* do *Google*, que acabou sendo o terceiro e maior desafio. Esse último gerou um grande esforço na solução de problemas, o que levou à escolha de uma forma mais simples de publicação e divulgação, através de *Qr-code* e endereço do *link* http://app.vc/sorriso_teen. Um último desafio foi a estratégia de *marketing* que este projeto requer para ter mais alcance.

Observou-se que tanto o sucesso do aplicativo e como da página do *Facebook* dependeu diretamente de ações de divulgação. O *marketing* “boca a boca” poderia ser eficiente a longo prazo, mas ações de promoção dos mesmos eram necessárias para atingir o objetivo mais rapidamente. Foi difícil engajar pessoas para divulgar e indicar o aplicativo, principalmente leigas. Assim, para conseguir-se uma divulgação “boca a boca”, requereu a realização de um trabalho árduo e incessante de convocação à participação, principalmente de profissionais da área, na indicação do aplicativo para o público-alvo. Este meio de divulgação foi lento, apesar de eficiente.

As dificuldades encontradas entre os jovens e adolescentes para que realizassem

o *download* do aplicativo foi o plano de telefonia celular contratados por eles. Muitos deles tinham *internet* limitada, o que faziam com que dependessem de redes *Wi-fi*, nem sempre com acesso fácil, pois precisavam ter a senha do local onde estavam. O tipo de celular também interferia nesta questão, pois um *smartphone* com pouca capacidade impedia que tivessem muitos aplicativos, sendo que na melhor das hipóteses podiam baixar o aplicativo, mas não poderiam mantê-lo se quisessem baixar outro de seu interesse. Assim, quem tinha mais acesso à *internet* e a *smartphones* com maior capacidade de armazenamento teve mais facilidade de *download* e manutenção do aplicativo em seu celular.

Outro ponto considerado importante foi a necessidade de uma orientação/ indicação prévia, para que percebessem a importância de terem acesso às informações ali contidas para a melhoria de sua saúde bucal e geral. Isso foi realizado por seus dentistas, seus pais ou qualquer outra pessoa que tivessem influência em suas vidas e conhecessem o aplicativo. Para tanto houve necessidade de se fazer uso de estratégias de divulgação mais abrangentes como campanhas pagas ou uso de patrocinadores, não somente direcionadas aos jovens e adolescentes, mas também aos profissionais de saúde e público em geral.

O aplicativo *SORRISO TEEN*, com seus 227 *downloads* e 604 acessos, teve um resultado satisfatório, apesar de modesto, se considerarmos a forma de divulgação, mas pensando na sua publicação e divulgação em bibliotecas de aplicativos poderia ter tido um alcance ilimitado. Precisou de apoio financeiro, um patrocinador que não foi obtida.

Considera-se o aplicativo *SORRISO TEEN* um primeiro passo para o uso de novos caminhos de abordagem e educação em saúde bucal de jovens e adolescentes. Ele deve ser aprimorado, novas funcionalidades inseridas, como vídeos, jogos e novas redes sociais além da Página do *Facebook SORRISO TEEN*. Isso requer novos conhecimentos em programação ou ajuda de pessoas da área. Não há limite para a criatividade e além do mais, deve-se procurar adequação ao movimento dos jovens e adolescentes no uso das tecnologias, que a cada momento encontram novas formas de comunicação e novos interesses. Eles têm como característica o gosto pelas novidades; é imprescindível estar-se atento ao que está despertando o seu interesse no momento.

Para complementar o conteúdo do aplicativo *SORRISO TEEN* escolheu-se o *Facebook* para fazer a interação do aplicativo por ser a rede social mais utilizada do momento. Novos temas e informações foram abordados nas publicações da Página *SORRISO TEEN* do *Facebook*. Ampliou-se assim, qualitativamente e quantitativamente o conteúdo do *app*. Observou-se que a página do *Facebook* teve mais facilidade de divulgação e interação do que o aplicativo, porém requereu um trabalho diário de estudos de suas métricas, para ser moldada às demandas e interesses dos seus usuários e constante publicação dos temas. Concluiu-se que os temas muito específicos da odontologia, como tratamento de canal, dentes supranumerários, entre

outros, não chamaram tanto a atenção dos usuários. Porém temas voltados à relação saúde bucal com saúde geral foram os que mais tiveram alcance e envolvimento. Isso mostrou que a preocupação com a saúde bucal não era tão importante para eles como a geral. O uso dessa correlação nos pareceu útil ao objetivo de alcançar maior número de pessoas. Informalmente inseriu-se a importância da boca e áreas afins aos problemas gerais de saúde.

Quanto a Página do *Facebook SORRISO TEEN* observou-se que até abril de 2015, conseguiu um alcance orgânico mais expressivo do que após esta data. Neste período, o *Facebook* introduziu um algoritmo chamado “*Edgerank*”, que nada mais era do que uma fórmula que decidia se determinada publicação da Página chegaria até o fã. Ele filtrou o conteúdo que chegava no *feed* de notícias de cada pessoa. “Essa fórmula decide o que acha ser interessante para cada usuário do *site* através da análise de qualquer atividade realizada na rede social por este indivíduo” (TESSMANN, 2014). Isso fez com que o administrador da Página tivesse que realizar anúncios pagos para manter ou melhorar o alcance de nossa página e/ou publicações. Mas mesmo pagando, as publicações não conseguiram o mesmo alcance que era obtido antes da introdução desse algoritmo. Sendo assim, viu-se a necessidade de ficar atento e acompanhar de perto todas as modificações que o *Facebook* realizava nas métricas de seu *site* e descobrir novas formas de anular os efeitos negativos que poderiam ter no alcance da Página. Estas métricas eram acompanhadas pela análise do resumo da movimentação da Página, mostrada pelo seu dashboard.

Requeriu tempo para construir uma audiência cativa na Página, o conteúdo teve que ser relevante para o crescimento do envolvimento (curtidas, compartilhamentos e comentários) e para o sucesso da *fanpage*. O alcance foi o indicador do sucesso da página. A qualidade do público e a relevância do conteúdo determinaram o alcance entre os fãs e fãs em potencial. O alcance por publicação mostrou o interesse do público pelo assunto e indicou a qualidade do público. As publicações que resultaram em maior envolvimento na Página foram as que relacionavam a saúde bucal com a geral, mostrando a importância da boca e o reflexo da mesma na manutenção da qualidade de vida. Fotos chamativas foram indispensáveis para interesse do público desejado.

A maior surpresa relacionada à Página *SORRISO TEEN* foi o uso de seu conteúdo por profissionais da área, que usaram as nossas publicações em suas próprias *fanpages* através de compartilhamentos. Isso mostrou a aprovação do conteúdo veiculado pela Página *SORRISO TEEN* por dentistas sem vínculo com a autora. O grande interesse sobre o assunto “saúde” na rede, observado pelo aumento expressivo da procura por esta palavra nos sites de busca, nos coloca o desafio, como profissionais de saúde, de garantir que seja disponibilizada à população informação de qualidade.

Quando foi criada a Página *SORRISO TEEN* pensava-se que todas as publicações seriam vistas por todos os fãs, mas isto não ocorreu. Apenas uma parcela pequena dos fãs *online* que viram. Foi o algoritmo medindo a interação e envolvimento

destas pessoas para determinar para quem e quando a publicação seria mostrada. “Mesmo que uma publicação seja muito boa, conforme vão se passando os dias, ela vai perdendo sua visibilidade” (TESSMANN, 2014). Analisando o gráfico semanal de “quando os fãs estavam *online*”, percebeu-se que a melhor hora de programar a publicação na Página *SORRISO TEEN* era às 21 horas. O segundo melhor período era entre 12 e 13 horas, sendo o sábado o melhor dia.

Enquanto não se entendeu que criar a página e apenas divulgar o conteúdo desejado não levava ao crescimento e envolvimento, a Página mostrou um período em que a quantidade do número de novos fãs e de interação dos fãs com o conteúdo ficou estacionada, sem aumento destas métricas. Viu-se então a necessidade de impulsioná-la utilizando os anúncios pagos. Não adiantava ter muitos fãs e não ter interação. Teve-se que estar atentos ao interesse dos fãs pelo conteúdo, interagir com eles por meio de respostas a comentários ou mensagens. Se os fãs que clicassem em “curtir” as publicações eram sempre os mesmos, não era interessante pois este era contabilizado como uma única pessoa. O melhor era que vários fãs estivessem envolvidos para que a publicação tivesse um bom alcance. Se estes compartilham a publicação era muito mais interessante ainda, pois gerava interação de seus amigos na página.

A análise dos dados demográficos obtidos na Página *SORRISO TEEN* mostrou que a maioria dos fãs, das pessoas alcançadas e envolvidas eram mulheres desde o início. Isso levou à conclusão que os homens estavam menos preocupados com sua saúde e que usavam as redes sociais para acessar outros tipos de páginas. Um estudo de como engajá-los no seu autocuidado seria interessante. A maior porcentagem de fãs estava entre 13 a 34 anos de idade, sendo que apesar de o objetivo de alcançar os jovens e adolescentes, pessoas com mais de 35 anos se interessaram pelo conteúdo da Página.

Nos primeiros meses foram alcançadas mais pessoas das idades de 13 a 17 anos, 18 a 24 anos e 25 a 34 anos e o envolvimento destas faixas etárias eram proporcionais ao número de fãs. Percebeu-se que após a introdução do *Edgerank* pelo *Facebook*, houve queda significativa do alcance e envolvimento das pessoas com idade de 13 a 17 anos e um aumento das outras duas faixas de idade. A porcentagem dos indivíduos desta faixa etária caiu para cerca de 1,5%. Isso levou à conclusão de que essa intervenção do *Facebook* proporcionou uma mudança radical do público atingido, mudando o rumo dos resultados esperados. Foi preciso aprender a utilizar o máximo desta plataforma do *Facebook* para gerar os resultados almejados.

Para confirmar-se esse achado, foram realizados dois anúncios pagos: um que impulsionava a Página para pessoas de 13 a 30 anos e outro que impulsionava a publicação mais recente, sem direcionamento da idade, que estava apresentando baixo alcance. Os resultados foram esclarecedores, pois notou-se um aumento de cerca de 236 novas curtidas e alcance de 6232 pessoas na Página, alcance de 1026 pessoas na publicação com anúncio pago e 103 não pago, 71 envolvimento com a

Página. A porcentagem de pessoas entre 13 a 17 anos que foram alcançadas e se envolveram com a Página também subiu muito a proporções maiores que as obtidas antes da promoção.

Outro fator que poderia estar relacionado à diminuição do envolvimento e alcance na faixa etária de 13 a 17 anos era a constatação de que o ápice do *Facebook* para este público estivesse passando, como ocorreu com outras redes sociais, como por exemplo o *Orkut*. O entusiasmo pelo *Facebook* entre os jovens e adolescentes diminuiu a partir do momento que apareceram outras redes sociais mais interessantes, onde podem publicar suas fotos e elas eram apagadas instantes depois de serem visualizadas. Em consequência eles estariam preferindo redes sociais mais simples, objetivas e menos acessadas pelos pais, onde poderiam ter mais privacidade, como por exemplo o *WhatsApp*, *Instagram*, *Twitter* e *Snapchat* (LARRAÑAGA, 2013).

Levando em conta este ponto, deve-se estar sempre atualizado para ir ao encontro dos adolescentes e jovens em sua atual rede social de interesse, conhecendo-a e adaptando a Página *SORRISO TEEN* e seu conteúdo à esta nova forma de comunicação. O *Facebook* está trabalhando para manter todo seu público através de medidas que o torne mais interessante, evitando a migração dos usuários para outras redes sociais. A Página *SORRISO TEEN* está atenta nestas mudanças para se adequar, manter e aumentar o seu público, principalmente o que foi alvo deste projeto, pois mesmo que daqui a algum tempo haja outra rede social mais importante que possa ser usada para os objetivos de educação em saúde bucal, atualmente, e por um bom período de tempo o *Facebook* ainda será uma plataforma interessante de ser usada com este objetivo.

Pela análise estatística, deduziu-se que para o aplicativo conseguir ter alcance amplo devemos utilizar promoções pagas, para complementar a ação do *marketing* “boca a boca”. Os profissionais da área de saúde precisam ser engajados no uso e indicação do aplicativo como auxiliar de suas ações de educação em saúde bucal, podendo até ser inserido em programas públicos de saúde bucal direcionados a esta faixa etária.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Baseando-se em todos dados encontrados e analisados concluiu-se que a criação de um aplicativo *mobile* gratuito, com interação com Página do *Facebook* com conteúdo de educação em saúde bucal para jovens e adolescentes foi viável e atingido; as publicações na página do *Facebook* complementaram o aplicativo com novos temas e informações não abordados nas abas, ampliando o seu conteúdo, qualitativa e quantitativamente;

Pela análise estatística, entendeu-se que para o aplicativo conseguir ter alcance amplo deve-se lançar mão de divulgação com promoções pagas, pois somente o *marketing* “boca a boca” fica restrito, e a classe odontológica precisa ser engajada

no uso e indicação do aplicativo como auxiliar de suas ações de educação em saúde bucal;

Observou-se também que a página do *Facebook* tem mais facilidade de divulgação e interação do que o aplicativo, porém requer um trabalho diário de estudos de suas métricas, para ser moldada às demandas e interesses dos seus usuários e constante publicação dos temas.

REFERÊNCIAS

BAHETI, M. J.; TOSHNIWAL, N. Orthodontic apps at fingertips. **Progress in Orthodontics**, Copenhagen; Malden, MA, v, 15, n. 36, p. 1-5, 2014. Disponível em: <<http://www.progressinorthodontics.com/content/pdf/s40510-014-0036-y.pdf>>. Acesso em: 9 dez. 2014.

BRASIL. Secretaria de Atenção à Saúde. Departamento de Ações Programáticas Estratégicas. **Diretrizes Nacionais para Atenção Integral à Saúde de Adolescentes e Jovens na Promoção, Proteção e Recuperação da Saúde**. Brasília, DF, 2010. (Série A. Normas e Manuais Técnicos). Disponível em: <http://bvsmms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/diretrizes_nacionais_atencao_saude_adolescentes_jovens_promocao_saude.pdf>. Acesso em: 15 jul. 2014.

CARVALHO, A. A. A. (Org.). **Actas do encontro sobre Podcasts**. Braga, Portugal: CIEed, 2009. Disponível em: <<http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/10052>>. Acesso em: 10 jan. 2015.

LARRAÑAGA, I. Por que os jovens estão perdendo interesse no Facebook? **BBC**, 2013. Disponível em: <<http://tecnologia.uol.com.br/noticias/bbc/2013/11/18/por-que-os-jovens-estao-perdendo-interesse-no-facebook.htm>>. Acesso: 16 set. 2015.

MEDEIROS, M. I. D. de et al. Conhecimentos e atitudes de professores de ensino fundamental sobre saúde bucal: um estudo qualitativo. **Pesquisa Brasileira em Odontopediatria e clínica integrada**, João Pessoa, v. 4, n. 2, p. 131-136, maio/ago. 2004. Disponível em: <<http://biblat.unam.mx/pt/revista/pesquisa-brasileira-em-odontopediatria-e-clinica-integrada/articulo/conhecimentos-e-atitudes-de-professores-de-ensino-fundamental-sobre-saude-bucal-um-estudo-qualitativo>>. Acesso em: 30 set. 2014.

TESSMANN, R. 10 coisas que você não sabia sobre o Edgerank do Facebook. **Ramontessmann**, 2014. Disponível em: <http://ramontessmann.com.br/10-coisas-que-voce-nao-sabia-sobre-o-edgerank-do-facebook/#10_Atualizaes_s_para_quem_est_online>. Acesso em: 13 set. 2015.

UNICEF - Fundo das Nações Unidas para a Infância. **O uso da internet por adolescentes**. Brasília, DF, 2013. Disponível em: <http://www.unicef.org/brazil/pt/br_uso_internet_adolescentes.pdf>. Acesso em: 30 jul.2015.

VIEIRA, L. Menino de 12 anos cria aplicativo de educação e vira sucesso na internet. **O Globo**, Rio de Janeiro, 3 jun. 2013. Sociedade. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/sociedade/educacao/menino-de-12-anos-cria-aplicativo-de-educacao-vira-sucesso-na-internet-8280585#ixzz3isz08UHh>>. Acesso em:4 jun.2014.

SOBRE A ORGANIZADORA

Emanuela Carla dos Santos

- Formação Acadêmica

Cirurgiã-dentista pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná – PUCPR - (2014);

Especialista em Atenção Básica pela Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC – (2015);

Mestre em Estomatologia pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná – PUCPR - (2016);

Especializando em Prótese Dentária pela Universidade Federal do Paraná – UFPR.

- Atuação Profissional

Cirurgiã-dentista na Prefeitura Municipal de Itaperuçu/PR;

Cirurgiã-dentista na Prefeitura Municipal de Colombo/PR;

Professora do curso Auxiliar em Saúde Bucal – SEDUC INTEC – Curitiba/PR;

Tutora do curso de Especialização em Atenção Básica – UNASUS/UFPR – Programa Mais Médicos.

Agência Brasileira do ISBN
ISBN 978-85-7247-468-9

