

# AVALIAÇÃO PRELIMINAR DOS DADOS DE EXIBIÇÃO DOS VÍDEOS DO ODONTO DROPS – O CANAL DE TELEODONTOLOGIA DA ULBRA/CANOAS

Basei E\*, Brew MC, Freitas MP, Busato AS, Bavaresco CS

Curso de Odontologia – Ulbra/Canoas

## Introdução

A teleodontologia pode ser entendida como a oferta de serviços ligados aos cuidados com a saúde bucal, nos casos em que a utilização de tecnologias de informação é requisito indispensável, visando o intercâmbio de informações válidas para diagnósticos, prevenção e tratamento de doenças e a contínua educação à equipe de saúde bucal, assim como, para fins de pesquisas e avaliações. Desta forma, em julho de 2016, foi criado o Canal de Teleodontologia da Faculdade de Odontologia, chamado Odonto DROPS, que visa à instituição de um canal de educação permanente em saúde bucal utilizando o Youtube como recurso de mídia social

## Objetivos

O objetivo do presente trabalho é descrever os resultados preliminares do Canal Odonto DROPS referente ao número de visualizações, tempo de exibição dos vídeos, tempo de retenção médio, porcentagem de visualização média, número de compartilhamentos e locais mais acessados, bem como os dados demográficos dos espectadores.

## Método

Semanalmente, foram disponibilizados vídeos curtos gravados na Faculdade de Odontologia da ULBRA com tópicos relacionados a temas técnicos específicos do núcleo de Odontologia e áreas conexas. A divulgação do canal OdontoDROPS ocorreu através do Facebook e nas dependências do Curso de Odontologia da ULBRA/Canoas. Os resultados foram obtidos através do Google Analytics por um período de 60 dias



## Resultados

Os resultados indicam um total de 2.887 visualizações com tempo de retenção médio de 1 minuto e 44 segundos, perfazendo 42% do tempo total dos vídeos. Os 10 vídeos do canal totalizaram 5016 minutos de tempo de exibição e foram compartilhados 49 vezes, sendo acessados no Brasil, Estados Unidos, Irlanda, Uruguai e Turquia.



Em relação aos vídeos disponibilizados no canal, 73% dos visualizações no vídeo denominado Pontos Cefalométricos foram realizadas por homens, enquanto que as mulheres apresentaram maior percentual de visualização no vídeo relacionado a idade certa de visitar o ortodontista (65%).



## Conclusões

Os dados sugerem que a utilização de mídias sociais configura-se como uma estratégia potente de difusão do conhecimento odontológico, devendo-se traçar estratégias que incluam as demais faixas etárias neste processo de qualificação profissional. Além disso, o Odonto DROPS parece ser uma ferramenta importante para o ensino odontológico, devendo ser re-alinhado em relação ao tempo de duração dos vídeos e ampliação das estratégias que aumentem o tempo de retenção do público.