



## O emprego da rede social *Instagram* com foco na apresentação de Trabalhos de Conclusão de Curso


Laura Lourenço Morel<sup>1</sup>

 0000-0002-4855-311X


Lucas Jardim da Silva<sup>1</sup>

 0000-0002-0127-7832


Eduardo Trota Chaves<sup>1</sup>

 0000-0002-5313-4980

Melissa Feres Damian<sup>1</sup>

 0000-0001-9037-7132

Josué Martos<sup>1</sup>

 0000-0003-1988-9463

<sup>1</sup>Faculdade de Odontologia, Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, RS, Brasil

Correspondência:

Laura Lourenço Morel

E-mail: lauramorel1997@gmail.com

Recebido: 18 ago 2021

Aprovado: 12 fev 2022

Última revisão: 27 fev 2023

**Resumo** Relata-se a experiência de utilização da plataforma *Instagram* na criação e disseminação de conhecimento com foco na apresentação de Trabalhos de Conclusão de Curso (TCC) por acadêmicos de graduação em Odontologia. Foi realizado um relato descritivo da veiculação de conteúdo na rede social *Instagram*, por meio do perfil @powerpoint.tcc. O conteúdo foi produzido por uma acadêmica de graduação em Odontologia, com o apoio de discentes e docentes envolvidos em apresentações científicas e acadêmicas. Foram realizadas postagens frequentes abordando diversas temáticas relacionadas ao tema apresentação de TCC. Foram elaborados materiais variados em formato de posts, destacando-se o uso do *software* PowerPoint para a criação de apresentações; oratória, postura e linguagem; além de informações sobre apresentação de dados de forma atrativa e interessante. Os formatos das postagens realizadas foram aqueles disponíveis na plataforma *Instagram*: *posts* no *feed*, *reels*, *story*, vídeos no IGTV, além de *lives* da própria conta ou em contas parceiras. A periodicidade das postagens temáticas foi de pelo menos uma a cada dois dias. A avaliação de alcance e entrega do conteúdo foi obtida por meio das métricas disponibilizadas no próprio aplicativo da rede social. Observou-se grande interesse sobre a temática abordada, uma vez que as apresentações científicas e acadêmicas são habituais para os acadêmicos de graduação. Conclui-se que a experiência prática de utilização da plataforma *Instagram* para criação e transmissão de conhecimentos com foco nos TCCs mostrou-se extremamente promissora e propositiva.

**Descritores:** Educação em Odontologia. Comunicação e Divulgação Científica. Rede Social.

### El uso de la red social Instagram con foco en la presentación de Trabajos de Fin de Curso

**Resumen** Se relata la experiencia del uso de la plataforma Instagram en la creación y difusión de conocimiento, con foco en la presentación de Trabajos de Fin de Curso (TFC) por parte de estudiantes de pregrado en Odontología. Se realizó un relato descriptivo de la colocación de contenidos en la red social Instagram, a través del perfil @powerpoint.tcc. El contenido fue producido por un estudiante de pregrado en Odontología, con el apoyo de estudiantes y profesores involucrados en presentaciones científicas y académicas. Se realizaron publicaciones frecuentes abordando diversos temas relacionados con el tema presentación de TFC. Se prepararon diversos materiales en forma de post, destacándose el uso del *software* PowerPoint para la creación de presentaciones; oratoria, postura y lenguaje; así como información sobre cómo presentar los datos de forma atractiva e interesante. Los formatos de las publicaciones realizadas fueron los disponibles en la plataforma de Instagram: publicaciones en el *feed*, *reels*, *story*, videos en IGTV, además de *live* en la propia cuenta o en cuentas de compañeros. La frecuencia de publicaciones temáticas fue de al menos una cada dos días. La evaluación del alcance y entrega del contenido se obtuvo a través de las métricas disponibles en la propia aplicación de la red social. Hubo gran interés en el tema abordado, ya que las presentaciones científicas y académicas son comunes para los estudiantes de pregrado. Se concluye que la experiencia práctica del uso de la plataforma Instagram para la creación y transmisión de conocimiento con enfoque en el TFC demostró ser sumamente promissora y propositiva.

**Descriptorios:** Educación en Odontología. Comunicación y Divulgación Científica. Red Social.



## Use of the social network Instagram focused on the presentation of Course Completion Monographs

**Abstract** The experience of using the Instagram platform for creation and dissemination of knowledge is reported, focusing on the presentation of Course Completion Monographs (TCC) by undergraduate dental students. A descriptive report of the diffusion of content on the social network Instagram was performed, on the profile @powerpoint.tcc. The content was produced by an undergraduate dental student, with the support of students and professors involved in scientific and academic presentations. Frequent posts were made addressing several topics related to the presentation of TCC. Several materials were prepared in the form of posts, highlighting the use of PowerPoint software to create presentations; speech, posture and language; as well as information on presenting data in an attractive and interesting manner. The formats of posts were those available on the Instagram platform: feed posts, reels, story, videos on IGTV, besides lives on the account or partner accounts. The frequency of thematic posts was at least one at every two days. The evaluation of content reach and delivery was achieved by the metrics available in the social network application. There was great interest in the topic addressed, since scientific and academic presentations are common for undergraduate students. It was concluded that the practical experience of using the Instagram platform for creating and transmitting knowledge focused on TCCs proved to be extremely promising and purposeful.

**Descriptors:** Education, Dental. Scientific Communication and Diffusion. Social Networking.

## INTRODUÇÃO

A elaboração e apresentação de trabalhos científicos pode ser considerada uma etapa de grande desafio para o estudante de graduação. Os próprios trabalhos de conclusão de curso (TCCs), obrigatórios segundo as Diretrizes Curriculares Nacionais para a Graduação em Odontologia<sup>1</sup>, visam criar um espaço para os estudantes iniciarem-se no campo científico, buscando não só ampliar os conhecimentos adquiridos ao longo da graduação, mas também proporcionar respostas para alguns questionamentos e servir como norteador de futuros trabalhos de pesquisa.

Porém, o ato de discursar ou falar em público, que está vinculado às atividades de seminários, apresentações em congressos e eventos, pode se constituir um processo de grande estresse e aflição para os estudantes universitários. Estas manifestações estressoras de desconforto físico e emocional, durante o ato de falar em público, são uma realidade entre os estudantes universitários<sup>2</sup>. No entanto, esse desafio pode ser trabalhado e vencido, desde que técnicas e métodos adequados possam auxiliar neste treinamento<sup>3</sup>.

De acordo com Consolaro (2011)<sup>4</sup>, analisando a perspectiva do sociólogo Max Weber, a mais difícil das tarefas pedagógicas consiste na exposição de problemas de maneira que uma mente receptiva, mesmo inexperiente, possa entendê-los de forma autônoma. Quanto maiores as habilidades comunicativas e persuasivas pela qual o indivíduo se percebe, menores são as chances de ser perturbado ou abalado pelo medo de falar em público<sup>2</sup>.

Ao analisar o uso das redes sociais como ferramentas para práticas em gestão de conhecimento, alguns autores observam que a maioria dos professores compreende de modo positivo a importância do uso e da aplicação das tecnologias de informação e comunicação<sup>5</sup>. Estas tecnologias são importantes no processo educativo, atuando como ferramentas de ensino e aprendizagem, disseminação e compartilhamento de conhecimentos<sup>5</sup>. Dentro do contexto interativo entre indivíduos, as redes sociais podem ser entendidas como meios de articulação, estabelecendo relações comunicativas e se organizando de acordo com a forma como se relacionam ou compartilham interesses<sup>6</sup>. O emprego de uma rede social como ferramenta nos processos de ensino e de aprendizagem precisa seguir a premissa de interação entre pessoas que objetivam um senso comum de aquisição, compartilhamento e construção do conhecimento<sup>6</sup>.

As novas tecnologias da *web* estão redesenhando e redefinindo a transmissão e o ensino de conteúdos informacionais, propiciando novas e interessantes oportunidades de divulgação personalizada e flexível, associado a um caráter de compartilhamento de informações de grande importância<sup>7</sup>. Entre essas novas possibilidades de fomento do processo educativo, destacam-se redes sociais com amplo espectro de alcance como o *Instagram*. De acordo com a *OmniCore Agency* o número total de usuários ativos mensais do *Instagram* já ultrapassa a marca de 1 bilhão, e o Brasil encontra-se na terceira posição em número de usuários<sup>8</sup>.

Com o intuito de averiguar se o crescimento na utilização da rede social *Instagram* provocou alguma mudança nas práticas pedagógicas de professores que usam esta tecnologia, foi realizada uma revisão sistemática procurando identificar artigos científicos que apresentassem informações sobre o uso dessa rede social em sala de aula, ou fora dela, com o propósito de efetivar uma aprendizagem significativa dos estudantes<sup>9</sup>. Após o mapeamento de publicações, os autores identificaram uma intencionalidade pedagógica para a utilização da rede social e um despertar de possibilidades de uso no processo de aprendizagem de forma participativa e colaborativa<sup>9</sup>.

Desta forma, é objetivo deste estudo relatar a experiência prática de utilização da plataforma *Instagram* na criação e disseminação de conhecimento com foco na apresentação dos TCCs por acadêmicos de graduação.

## RELATO DE EXPERIÊNCIA

Este estudo caracteriza-se como um relato de experiência, por apresentar as características detalhadas de experiências vividas sob o ponto de vista dos narradores, sem a manipulação dos seus dados<sup>10</sup>. Foi realizado um relato descritivo da veiculação de conteúdo na rede social *Instagram*, por meio de um perfil criado especificamente para o propósito - @powerpoint.tcc. O conteúdo foi produzido por uma graduanda em Odontologia, com o apoio de outros discentes e de docentes envolvidos em apresentações científicas e acadêmicas, e nesta foram realizadas postagens frequentes abordando diversas temáticas relacionadas à apresentação de trabalhos científicos, em especial os TCCs.

Foram elaborados materiais variados em formato de *posts*, entre os quais destacam-se as dicas do *software* PowerPoint (Microsoft Corporation, Redmond, WA, EUA) para a criação de apresentações; dicas de oratória, postura e linguagem; além de informações sobre apresentação de dados de forma atrativa e interessante. Os formatos das postagens utilizaram as ferramentas disponibilizadas pela própria plataforma, como os *posts* no *feed*, que se caracteriza como as postagens e publicações do perfil em ordem cronológica e serve como um resumo do próprio conteúdo produzido. Os *reels*, que são um recurso do *Instagram* para gravar vídeos curtos. Os *stories*, que consistem na possibilidade de publicar fotos ou vídeos para compartilhar momentos e experiências que permanecem acessíveis por até 24 horas. Os vídeos no IGTV, um aplicativo do próprio *Instagram* que permite a criação de vídeos longos, de até 60 minutos de duração, além de transmissões de vídeo ao vivo (*lives*) na própria conta ou em contas parceiras. A periodicidade foi de pelo menos um *post* a cada dois dias.

No *Instagram*, o formato de *posts* no *feed* (linha do tempo) é o mais utilizado, sendo o inicial da plataforma. Este normalmente entrega dicas de todos os tipos de temáticas, e pode possuir até 10 páginas em cada postagem, nesse último caso recebendo a denominação de *post* "Carrossel". O formato de *reels* foi utilizado para dicas mais rápidas e objetivas, pois possui o tempo máximo de 60 segundos por vídeo. Vídeos mais longos postados no formato de IGTV, carregam explicações mais longas e complexas, que não podem ser resumidas em postagens mais curtas.

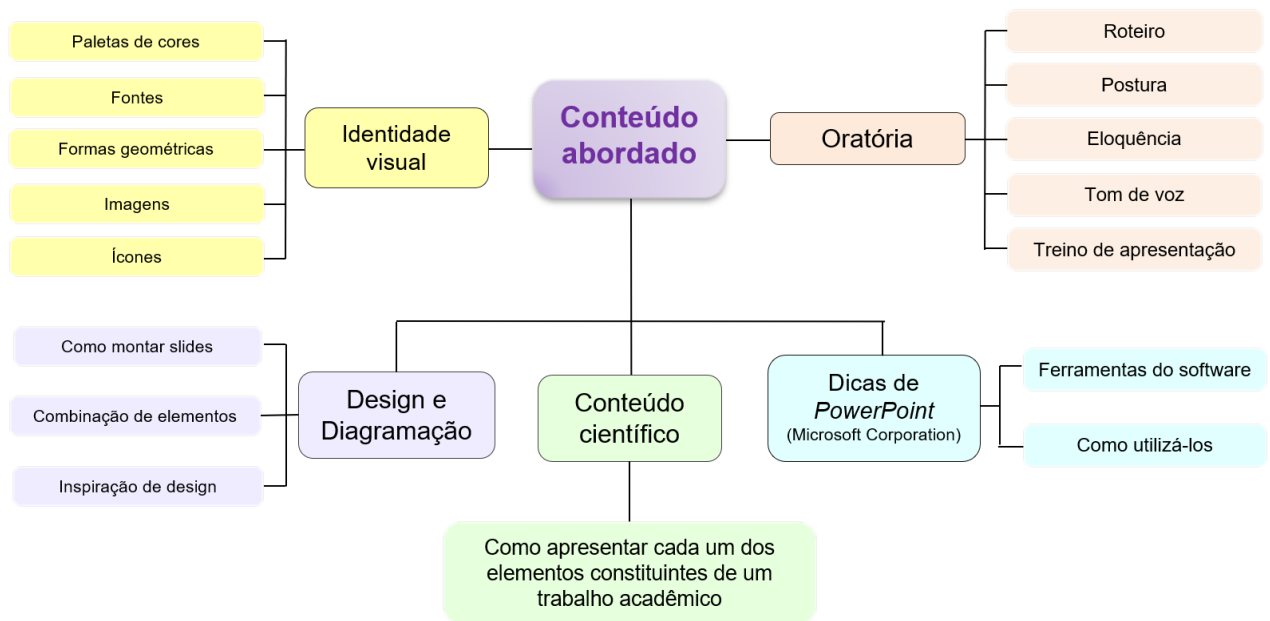
As *lives* realizadas pela conta @powerpoint.tcc foram todas no formato de conversa/entrevista com outros criadores de conteúdo sobre a mesma temática. Alguns dos temas abordados foram: "Como fazer uma boa apresentação do TCC?", "Apresentação do TCC", "Como fazer a sua apresentação e a Banca", "Apresentação Científica: a Banca e o(a) Discente".

A avaliação do alcance e entrega do conteúdo foi estabelecida por meio das métricas disponibilizadas pelo próprio aplicativo, com a finalidade de mensurar a performance das publicações, dos *stories* e tudo que está relacionado à movimentação do perfil.

As métricas exclusivas das publicações no *feed* permitem avaliar as curtidas (número de curtidas por publicação); os salvamentos (o número de salvamentos que foram executados); o engajamento que é o total de interações de uma publicação, o que para posts no *feed* inclui a soma de curtidas, comentários e salvamentos; as visualizações de vídeos no *feed* (número de visualizações do vídeo) e, finalmente, os comentários que foram realizados por publicação. Estas métricas dos relatórios do *Instagram* são importantes para melhorar as postagens e prover ao público aquilo que realmente o interessa, propiciando, desta forma, qualidade de conteúdo sobre o assunto abordado e, por consequência, uma maior interação e engajamento.

A conta do *Instagram* foi inicialmente criada no final de novembro de 2020, com o intuito de veicular e transmitir conhecimento sobre apresentações científicas e acadêmicas, principalmente para alunos de graduação que precisam apresentar seus TCCs e que, por isso, possam se sentir apreensivos e inseguros com esse momento tão importante da vida acadêmica. Além do público-alvo selecionado, este perfil também alcançou alunos de pós-graduação, professores e entusiastas de apresentações empregando o software PowerPoint.

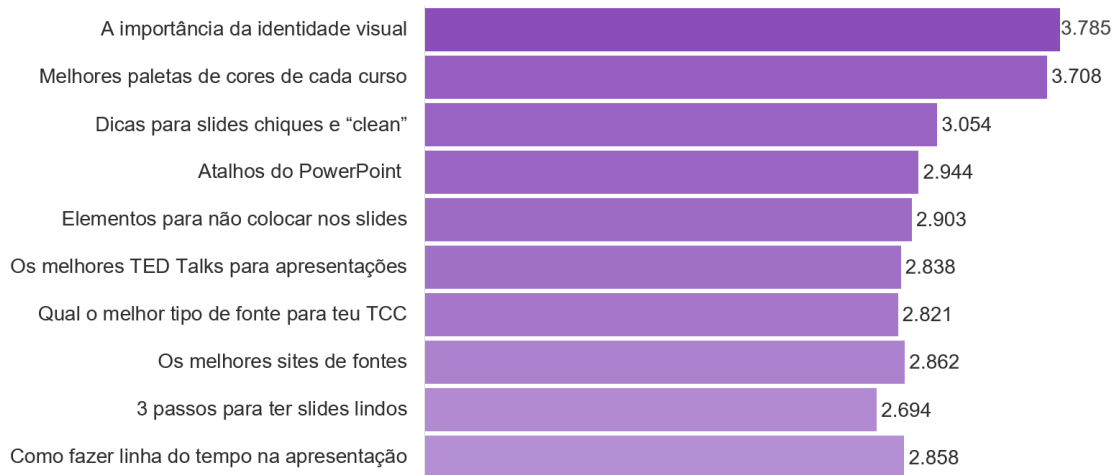
A escolha do conteúdo foi baseada nas dificuldades que essa população enfrenta, percebida pela administradora da conta, desde a criação do roteiro da apresentação do TCC até o momento da arguição da banca. Entre as temáticas, pode-se citar: 1) Identidade visual (paleta de cores; fontes; formas geométricas; imagens; ícones); 2) Oratória (roteiro; postura; eloquência; tom de voz; treino da apresentação); 3) Dicas de PowerPoint (ferramentas do *software*; como utilizá-lo); 4) Design e Diagramação (como montar *slides*; combinação de elementos; inspirações de design); e 5) Conteúdo científico (como apresentar cada um dos elementos constituintes de um trabalho acadêmico) (Figura 1). Cada uma destas categorias de conteúdo foi alternada nas postagens, para que a entrega do conteúdo fosse realizada de forma dinâmica e não repetitiva.



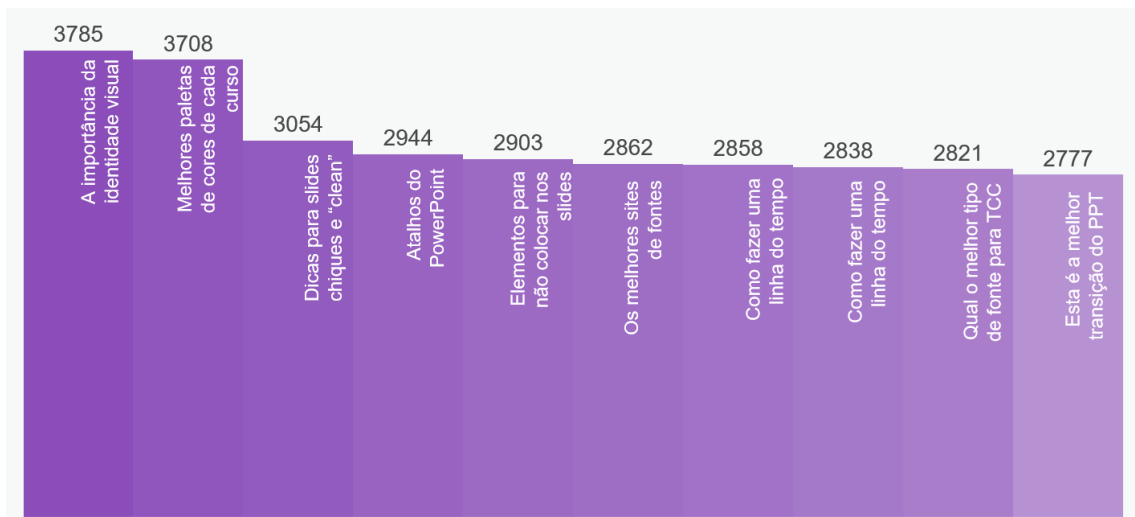
**Figura 1.** Árvore de codificação com as temáticas abordadas.

Em julho de 2021, observou-se que a conta no *Instagram* @powerpoint.tcc já contava com mais de 3.300 seguidores (como são denominados os usuários da rede social que “inscrevem-se” e passam a acompanhar e receber em sua conta as postagens de um determinado perfil). O alcance chegou à até 2.823 contas em uma única postagem e à 271 “salvamentos” de um mesmo *post* (Figuras 2 a 4). As métricas disponibilizadas pela plataforma *Instagram* demonstraram um interesse crescente acerca do tema, além de um engajamento perceptível do público-alvo nas interações (curtidas, comentários e compartilhamentos,) que foram geradas a partir dos conteúdos publicados, demonstrando a efetividade

desse tipo de uso de redes sociais dessa plataforma para a transmissão de conhecimento sobre apresentações científicas.



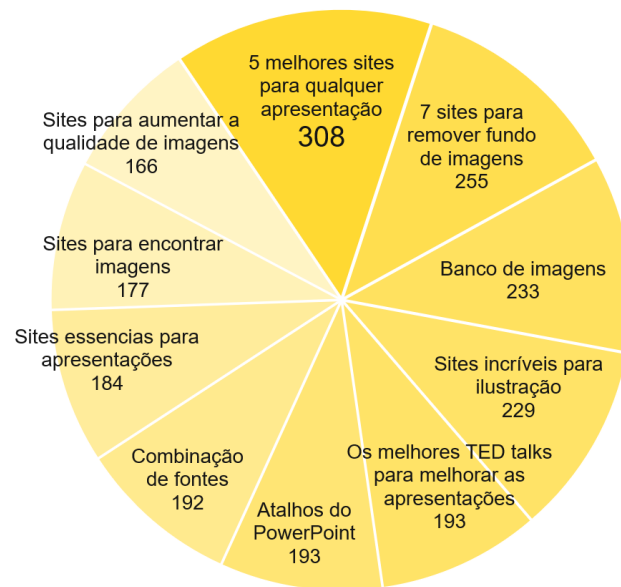
**Figura 2.** Alcance das 10 principais publicações do *Instagram*.



**Figura 3.** Número de salvamentos das 10 principais publicações do *Instagram*.

As 10 publicações com as maiores quantidades de salvamentos não foram as mesmas que as 10 publicações com o maior alcance, conforme as métricas fornecidas pela própria plataforma. Acredita-se que esse aspecto seja justificado pela possibilidade de salvar e compartilhar publicações sem que o usuário interaja com ela. Ou seja, por mais que determinada publicação possua um bom alcance, visto que majoritariamente contamos com a divulgação pelos próprios usuários, caso o mesmo não "curta" ou "comente" o conteúdo, este é computado somente para as métricas de alcance, sendo o mecanismo oposto também válido.

Todas as postagens presentes nos gráficos apresentados foram no formato carrossel. Este tipo de postagem é o que mais gera engajamento por normalmente apresentar dicas mais precisas e detalhadas, conteúdos próprios para salvar e compartilhar com outras pessoas. Além disso, tudo depende da forma de comunicação daquela postagem para a geração de interação com os seguidores: se é um assunto mais abrangente, gerará mais interação, se for um assunto mais específico e voltado para apenas um público (por exemplo: alunos da área da saúde), não trará tanto engajamento.



**Figura 4.** Número total de salvamentos observados em 10 publicações do *Instagram*.

Todas as postagens presentes nos gráficos apresentados foram no formato carrossel. Este tipo de postagem é o que mais gera engajamento por normalmente apresentar dicas mais precisas e detalhadas, conteúdos próprios para salvar e compartilhar com outras pessoas. Além disso, tudo depende da forma de comunicação daquela postagem para a geração de interação com os seguidores: se é um assunto mais abrangente, gerará mais interação, se for um assunto mais específico e voltado para apenas um público (por exemplo: alunos da área da saúde), não trará tanto engajamento.

Corroboram-se inteiramente os achados e reflexões de Alves *et al.* (2018)<sup>11</sup>, que apontam a respeito do número considerável de funcionalidades e recursos que o *Instagram* apresenta. Permite, desta forma, um fluxo intenso de conhecimentos e experiências em que prepondera a comunicação e autoria visual, num feixe de características que podem propiciar uma recriação ou renovação de práticas pedagógicas e educativas.

Cabe destacar que os maiores percentuais de seguidores da conta são das localidades de Pelotas (10,6%), Rio Grande (5,7%), São Paulo (4,1%), Rio de Janeiro (3,7%) e Fortaleza (2,9%). A faixa etária dos seguidores compreendeu principalmente entre 18 e 24 anos (40,6%) e 25 a 34 anos (39,1%). Um universo de 80,3% dos seguidores se declarou do sexo feminino e os horários de maior atividade da conta foram entre 12:00 e 13:00 horas e entre 18:00 e 19:00 horas.

As 6.734 interações obtidas em apenas 10 postagens permitem inferir a necessidade deste público-alvo em se informar e bem qualificar. Ainda por meio das ferramentas disponíveis pela plataforma, a comunidade foi consultada em enquetes sobre diferentes opções de conteúdos de dados mais impactantes para si e que despertassem o olhar para situações de real dificuldade sobre o tema. A meta ensejada foi o compartilhamento e a construção do conhecimento com vistas ao fortalecimento das competências acadêmicas.

Cabe destacar também que algumas limitações se fazem presentes nessa forma de comunicação, como a avaliação de melhoria das habilidades dos participantes antes e depois de algumas publicações; ou seja, os participantes/inscritos não praticaram de forma assistida, os ensinamentos das postagens, não permitindo ilações no tocante a promoção de suas habilidades acadêmicas.

O uso pedagógico desta importante rede social para auxílio nos TCCs demanda além de todo o material publicado o acompanhamento e a avaliação cuidadosa das ações envolvidas neste ambiente eletrônico<sup>6</sup>. Desde que o

acompanhamento permita uma visão da pertinência do trabalho, a avaliação o considera quanto ao cumprimento do planejamento estabelecido.

É fato que as redes sociais estão mudando a forma de pensar em termos de aprendizagem, com esta nova geração de pioneiros da Odontologia digital, detentores de conhecimento, ferramentas e conteúdos capazes de impactar clínicos e pesquisadores<sup>12</sup>. Dentro deste processo de aprendizagem ativa, utilizando as redes sociais, como ambientes para veiculação de informação e conhecimento, visualiza-se uma exuberante propagação e uma diversidade de conteúdos na área da Odontologia, e o seu grande alcance entre profissionais e acadêmicos<sup>13-15</sup>. Não obstante, mídias sociais como o *Instagram* podem, ainda, constituir um ambiente auxiliar importante para concepção de pesquisas e divulgação científica, aliada oportuna na transmissão de informações e experiências sobre práticas profissionais<sup>16</sup>.

Revisando todo o período de compartilhamento de conteúdo acadêmico-científico e de apresentações por meio da rede social *Instagram*, algumas percepções são interessantes para análise. É indiscutível que existe o interesse de alunos e professores nesse tipo de conteúdo, o que pode significar que fazer uma boa apresentação de um trabalho acadêmico é relevante para esse público. Por si só, o interesse de uma comunidade espalhada por diversas faixas etárias e através do Brasil já valida a existência desse trabalho veiculado de forma gratuita e acessível. Em relação à troca de conhecimentos estabelecidos, tanto ao que se expõe quanto ao que se recebe, os seguidores muitas vezes comentaram ou enviaram mensagens de forma particular agradecendo o conteúdo e expondo o quanto as informações os ajudaram. É extremamente gratificante perceber que uma aluna de graduação, sem formação pedagógica ou experiência formal na área de mídias sociais ou *design* é capaz de transferir conhecimento e ajudar pessoas com este tipo de ação. Não resta dúvidas que o futuro está nesse tipo de compartilhamento de informações e que as redes sociais não serão passageiras. Com o advento da pandemia, isso se tornou ainda mais claro, pelo crescimento do ensino à distância e o modo de aprendizado migrando substancialmente para o digital.

Ainda, cabe destacar neste relato de experiência o caráter motivacional deste trabalho de criação e disseminação de conhecimentos para acadêmicos com foco nos seus trabalhos de final de curso. Não obstante à meta, aprender apresenta uma relação positiva com diversas habilidades e competências cognitivas de crescimento intelectual, o que favorece a percepção do aluno com o seu próprio desempenho<sup>17</sup>. Isto só faz solidificar estas novas estratégias de aprendizagem, totalmente não-obrigatórias, movidas pelo esforço e persistência individual na busca de conhecimentos e absolutamente desgarradas dos muros universitários.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conclui-se que a experiência prática de utilização da plataforma *Instagram* para criação e transmissão de conhecimento com foco nos Trabalhos de Conclusão de Curso dos acadêmicos de graduação mostrou-se extremamente promissora e propositiva.

## REFERÊNCIAS

1. Brasil. Resolução CNE/CES nº 3, de 21 de junho de 2021. Institui as Diretrizes Curriculares Nacionais do curso de graduação em Odontologia e dá outras providências. [citado 18 de agosto de 2021]. [citado 18 de agosto de 2021]. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/docman/junho-2021-pdf/191741-rces003-21/file>
2. Marinho ACF, Medeiros AM, Lima EP, Pantuza JJ, Teixeira LC. Prevalência e fatores associados ao medo de falar público. *CoDAS*. 2019;31(6):e20180266. doi: <https://doi.org/10.1590/2317-1782/20192018266>
3. Santos V. *Marketing Pessoal: falando em público*. Imperatriz: Ética Editora, 2008.
4. Consolaro A. O “ser” Professor: Arte e ciência no ensinar e aprender. 5ª ed. Maringá: Dental Press Editora, 2011. 256p.
5. Uripa AGBC, Dal Forno LF, Bortolozzi F, Massuda EM, Faccin TC. As redes sociais e sua utilização como ferramentas para as práticas de gestão do conhecimento: uma análise em escolas públicas do Paraná. *Pers Dia*. 2019;6(13):139-63. doi: <https://doi.org/10.22279/navus.2018.v8n1.p115-124.580>

6. Oliveira PPM. Manual interativo de utilização do Instagram como ferramenta pedagógica. (Mestrado Profissional) Pós-Graduação Stricto Sensu em Educação Profissional e Tecnológica, Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais Campus Rio Pomba, 2020. 29p. doi: <https://doi.org/10.15536/reducarmais.7.2023.3095>
7. Silva DR, Luvizotto CK. Uso de redes sociais da internet como ferramentas de apoio na educação: Estudos e possibilidades. *Colloq Hum.* 2013;10(1):1333-41. doi: <https://doi.org/10.5747/ch.2013.v10.nesp.000592>
8. Instagram by the Numbers (2021): Stats, Demographics & Fun Facts. Omnicore Agency; London, United Kingdom, 2021. [citado 2 de agosto de 2021]. Disponível em: <https://www.omnicoreagency.com/instagram-statistics>
9. Pereira PC, Borges FF, Batista VPS, Teles LF. Identificando práticas educacionais no Instagram: uma revisão sistemática. *Itiner Reflec.* 2019;15(2):1-19. doi: <https://doi.org/10.5216/rir.v15i2.55543>
10. Daltro MR, Faria AA. Relato de experiência: uma narrativa científica na pós-modernidade. *Est Pesq Psicol.* 2019;19(1):223-37. doi: <https://doi.org/10.12957/epp.2019.43015>
11. Alves AL, Mota MF, Tavares TP. O Instagram no processo de engajamento das práticas educacionais: A dinâmica para a socialização do ensino-aprendizagem. *Rev Cient FASETE.* 2018;2(1):25-42.
12. Cesar PF. Sobre a juvenoia e as redes sociais. *J Clin Dent Res.* 2021;18(1):106-11. doi: <https://doi.org/10.14436/2447-911x.18.1.106-111.cmc>
13. Ferreira PHG, Caldas PVNS, Paula MO, Souza PEA, Alvarez-Leite ME, Lana MA. As redes sociais aliadas ao processo de ensino-aprendizagem da biossegurança em Odontologia. *Rev ABENO.* 2020;20(supl. 1):34.
14. Bienarski BM, Queiroz IS, Barbosa MFG, Miranda MC, Lopes JCM, Pupo YM. Atuação remota da Odontologia no projeto de extensão "saúde bucal inclusiva" em tempos de pandemia: relato de experiência. *Rev ABENO.* 2020;20(supl. 1):46. doi: <https://doi.org/10.30979/revabeno.v22i2.1695>
15. Alves JEG, Feltraco LK, Stopassola DB, Moreno LB, Oliveira RP, Martos J. Covid-19 e seu impacto no PET Odontologia da UFPel. *Rev ABENO.* 2020;20(supl. 1):71.
16. Silva-Junior MF, Mazzarolo G, Bittarello F, Pinto MHB, Vianna GDP, Ditterich RG. Uso das mídias sociais como estratégia de coleta de dados. *Rev ABENO.* 2020;20(supl. 1):235.
17. Santos AAA, Mognon JF, Lima TH, Cunha NB. A relação entre vida acadêmica e a motivação para aprender em universitários. *Psicol Esc Educ.* 2011;15(2):283-90. doi: <https://doi.org/10.1590/S1413-85572011000200010>

**Conflito de Interesses:** Os autores declaram não haver conflito de interesses.

**Financiamento:** Próprio.

**Contribuição dos Autores:** Concepção e planejamento do estudo: LLM, JM. Coleta, análise e interpretação dos dados: LLM, LJJ, ETC, MFD, JM. Elaboração ou revisão do manuscrito: LLM, LJJ, ETC, MFD, JM. Aprovação da versão final: LLM, LJJ, ETC, MFD, JM. Responsabilidade pública pelo conteúdo do artigo: LLM.