

EMPREGO DE MÍDIA SOCIAL NA DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA SOBRE SISTEMA ALIMENTAR SAUDÁVEL E SUSTENTÁVEL

Mariana Campos de Moraes*
Julia Barros Vidinhas
Amanda Bheatriz Rocha da Silva
Bianca Biscacio Falco
Caio Fábio Alves Leonor
Denise Marie Delgado Bouts
Maria Lúcia Mendes Lopes
Aline Gomes de Mello de Oliveira
Ellen Cristina Quirino Lacerda

DOI: <https://doi.org/10.23901/1679-4605.2021v17p47-64>

RESUMO

Tem sido observado, em âmbito mundial, a não adoção de hábitos alimentares saudáveis e sustentáveis, o que contribui para mudanças climáticas e para o aumento de doenças crônicas não transmissíveis e desnutrição, fazendo-se necessária a difusão do conhecimento com base em consenso científico. O objetivo deste estudo foi avaliar a divulgação científica sobre a temática sistema alimentar, saúde e sustentabilidade utilizando o *Instagram*[®]. O perfil do *Instagram*[®] do projeto de extensão “Sistema Alimentar, Saúde e Sustentabilidade: aonde podemos chegar?” foi analisado quanto a sua criação e as publicações realizadas no período de abril a novembro de 2020. A divulgação científica através do perfil foi feita respeitando uma rotina de postagens, o planejamento dos conteúdos, a elaboração das postagens através de diferentes formatos, por fim, a revisão e publicação destas. O impacto das publicações foi avaliado utilizando as métricas fornecidas pela própria plataforma, assim como informações sobre os seguidores do perfil também foram analisados. Durante o período avaliado foram elaboradas 45 postagens para o perfil @saudemeioambienteufrj. As postagens tratavam de temas atuais relacionados ao sistema alimentar, a saúde e a sustentabilidade. As que apresentaram maior alcance foram aquelas com formato em carrossel e, dentre as publicações que abordaram o tema pandemia, a que mais se destacou foi “Utilização integral dos alimentos durante a quarentena - parte 2”, que apresentou receitas que receberam elogios nos comentários. Todas as postagens realizadas continham *hashtags*, as mais utilizadas pelo perfil foram #sistema alimentar; #meioambiente; #sustentabilidade; #agrotóxicos; #SUS. A partir da análise do perfil foi possível observar a importância do uso da mídia social como ferramenta para viabilizar o alcance e a troca de informações objetivas, seguras e baseadas na ciência.

Palavras-chave: extensão universitária; mídia social; meio ambiente; nutrição.

* Instituto de Nutrição Josué de Castro/Universidade Federal do Rio de Janeiro. Contato: mariana.camposdemoraes@gmail.com

USE OF SOCIAL MEDIA IN DIVULGING SCIENTIFIC INFORMATION ABOUT HEALTHY AND SUSTAINABLE FOOD SYSTEMS

ABSTRACT

There has been a worldwide failure to adopt healthy and sustainable eating habits, which has contributed to climate change and to the increase of chronic non-communicable diseases and malnutrition. Therefore, there is the need to disseminate knowledge based on scientific consensus. The objective of this study was to evaluate the dissemination of information concerning food systems, health, and sustainability, using Instagram®. The Instagram® profile of the extension project “Food Systems, Health, and Sustainability: Where might we be going?” was analyzed in relation to its creation and the publications made from April to November 2020. The dissemination of scientific information by means of the profile was performed according to a posting routine, with planning of the contents, elaboration of the posts using different formats, and final review and publication of the information. The impact of the publications was assessed using the metrics provided by the platform itself, as well as analysis of information about the followers of the profile. During the period evaluated, 45 posts were created for the profile @saudemeioambienteufrj. The posts dealt with current issues related to the food system, health, and sustainability. Those that achieved the greatest reach had a carousel format, while among the publications that addressed the pandemic theme, the one that most stood out was “Full use of food during quarantine - part 2”, which presented recipes that received compliments in the comments. All the posts made contained hashtags, with the most used by the profile being #food system, #environment, #sustainability, #pesticides, and #SUS. From the profile analysis, it was possible to observe the importance of using social media as a tool to improve the reach and exchange of objective and safe information based on science.

Keywords: University extension; social media; environment; nutrition.

EL EMPLEO DE LAS REDES SOCIALES EN LA DIVULGACIÓN CIENTÍFICA DEL SISTEMA ALIMENTARIO SALUDABLE Y SOSTENIBLE

RESUMEN

Se ha observado, a nivel mundial, la no adopción de hábitos alimentarios saludables y sostenibles, lo que contribuye al cambio climático y al incremento de enfermedades crónicas no transmisibles y desnutrición, por lo que es necesario difundir el conocimiento a partir del consenso científico. El objetivo de este trabajo fue evaluar la difusión científica sobre sistema alimentario, salud y sostenibilidad utilizando *Instagram*®. El perfil de *Instagram*® del proyecto de extensión “Sistema alimentario, salud y sostenibilidad: ¿a dónde podemos ir?” se analizó en cuanto a su creación y las publicaciones realizadas de abril a noviembre de 2020. La divulgación científica a través del perfil se realizó respetando una rutina de publicaciones, la planificación de los contenidos, la elaboración

de las publicaciones a través de diferentes formatos, finalmente, la revisión y publicación de estos. El impacto de las publicaciones se evaluó utilizando las métricas que brindan la propia plataforma, así como, se analizó información sobre los seguidores del perfil. Durante el período evaluado, se crearon 45 publicaciones para el perfil @saudemeioambienteufrj. Los puestos trataron temas de actualidad relacionados con el sistema alimentario, la salud y la sostenibilidad. Las publicaciones que tuvieron mayor alcance fueron las con formato carrusel y, entre las publicaciones que abordaron el tema de la pandemia, la que más se destacó fue “Aprovechamiento completo de los alimentos durante la cuarentena - parte 2”, que presentó recetas que recibieron elogios en los comentarios. Todas las publicaciones realizadas contenían *hashtags*, los más utilizados por el perfil fueron #sistemaalimentario; #medio ambiente; #sustentabilidad; #pesticidas; #SUS. A partir del análisis del perfil, se pudo observar la importancia de utilizar las redes sociales como herramienta para posibilitar el alcance e intercambio de información objetiva, segura y con base científica.

Palabras clave: extensión universitaria; medios de comunicación social; medio ambiente; nutrición.

INTRODUÇÃO

O atual estilo de vida da população tem sido modificado e hábitos alimentares equilibrados e sustentáveis estão cada vez mais distantes, o que tem contribuído para a pandemia da obesidade e da desnutrição, assim como com mudanças climáticas e outros fatores ([LIPORACE et al., 2019](#)). No ano de 2019, a renomada Comissão The Lancet indicou que a ocorrência destes importantes problemas de saúde pública de forma simultânea resulta na Sindemia Global ([LIPORACE, 2019](#)). Este tema tem sido debatido na atualidade e diversas são as iniciativas realizadas para promover melhorias na qualidade de vida, o que inclui a conscientização da população quanto à alimentação e ao meio ambiente ([WILLET et al., 2019](#)).

A alimentação saudável e sustentável deve estar relacionada ao consumo diversificado de alimentos que não cause danos ao meio ambiente e que resgate a cultura alimentar ([BRASIL, 2014](#)). A alimentação deve ser acessível e disponível a todos, em quantidade e qualidade adequada ([MARTINELLI; CAVALLI, 2019](#)). O sistema alimentar e os padrões alimentares contemporâneos têm sido modificados devido a diversos fatores, em especial a industrialização excessiva dos alimentos ([AFSHIN et al., 2017](#)). A Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF) 2017-2018 apontou para o aumento no consumo de alimentos ultraprocessados tais como alimentos preparados, bebidas e infusões que são ricos em açúcares, gorduras e sódio. No entanto, ocorreu uma estabilidade no consumo de alimentos mais saudáveis (*in natura* e minimamente processados) para os domicílios em segurança alimentar, enquanto o inverso foi observado entre as famílias com as formas mais graves da insegurança alimentar ([IBGE, 2020a](#)).

Neste contexto, torna-se importante estimular a troca e a difusão do conhecimento com base em consenso científico, na tentativa de colaborar com a difusão de conhecimento. As instituições de ensino superior desempenham papel fundamental no processo de desenvolvimento social ([AUDY, 2017](#)) através do ensino, da internacionalização, da pesquisa e da extensão. As ações de extensão visam estimular a

realização de atividades que promovam a troca de saberes de forma transdisciplinar, intersetorial e modernizada, a partir da utilização de recursos ativos, interativos e dialógicos que possibilitem a construção de conhecimentos para toda a população ([GADOTTI, 2017](#)).

Geralmente, as ações extensionistas ocorrem de forma presencial, conforme previsto pelas diretrizes para a extensão na educação superior brasileira ([BRASIL, 2018](#)). No entanto, diante do cenário de pandemia mundial ocasionada pelo SARS-CoV-2, as universidades têm incentivado a continuidade das ações de extensão de forma remota, atendendo às medidas de isolamento social para contenção da propagação do vírus. Desta forma, as mídias sociais passaram a ser uma alternativa para a socialização do saber.

A relação entre as pessoas e as mídias sociais pode ser representada pela comunicação e conectividade, sendo esta última caracterizada pela participação massiva de pessoas, principalmente, os usuários das redes sociais. Dentre essas, destaca-se o *Instagram*® que, mesmo antes da pandemia, já era considerado uma rede social de destaque, com cerca de um bilhão de usuários ativos, com importante abrangência na propagação de informações ([FERNANDES, 2018](#)). Nessa perspectiva, a utilização desse meio de comunicação pode ser uma estratégia complementar ao ensino formal, ultrapassando seu uso apenas como entretenimento, promovendo a inclusão social e científica ([SANTOS; SARDINHA, 2017](#)).

De acordo com a pesquisa realizada pelo Centro regional de estudos para o desenvolvimento da sociedade da informação (CETIC) indicou que 74% dos brasileiros possuem acesso à internet e 76% dos usuários declararam utilizar redes sociais ([CENTRO REGIONAL DE ESTUDOS PARA DESENVOLVIMENTO DA SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO, 2020](#)). As possibilidades de interação ágil e globalizada entre as pessoas são frutos da evolução das tecnologias de informação e de comunicação, assim como do uso das redes sociais ([BEDIN; PINO, 2018](#)). O CETIC associa o grande uso das redes sociais ao crescente protagonismo do telefone celular, uma vez que 99% dos acessos ocorrem através deste dispositivo ([CENTRO REGIONAL DE ESTUDOS PARA DESENVOLVIMENTO DA SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO, 2020](#)).

Apesar da popularidade das redes sociais, para [Goldberg et al. \(2017\)](#), a maioria das informações disponíveis nas plataformas não possui embasamento científico. De acordo com [Joualei, Keshani e Kaveh \(2018\)](#), o tema “alimentação e nutrição” é um dos mais procurados nas mídias sociais. Desta forma, a promoção de divulgação científica sobre essa temática, bem como a construção de informações com base na ciência e no pensamento crítico, pode auxiliar na conscientização e promover a intercomunicação com os usuários das redes ([FLORES, 2013](#)).

Desde março de 2020, as ações de extensão do projeto “Sistema Alimentar, Saúde e Sustentabilidade: aonde podemos chegar?” têm sido remodeladas a fim de se adequar à nova realidade imposta pelo atual momento. Assim, o presente artigo tem como objetivo avaliar a divulgação científica sobre a temática sistema alimentar, saúde e sustentabilidade utilizando o *Instagram*®, a fim de contribuir para um debate sobre a importância do uso das redes sociais com fins educativos.

METODOLOGIA

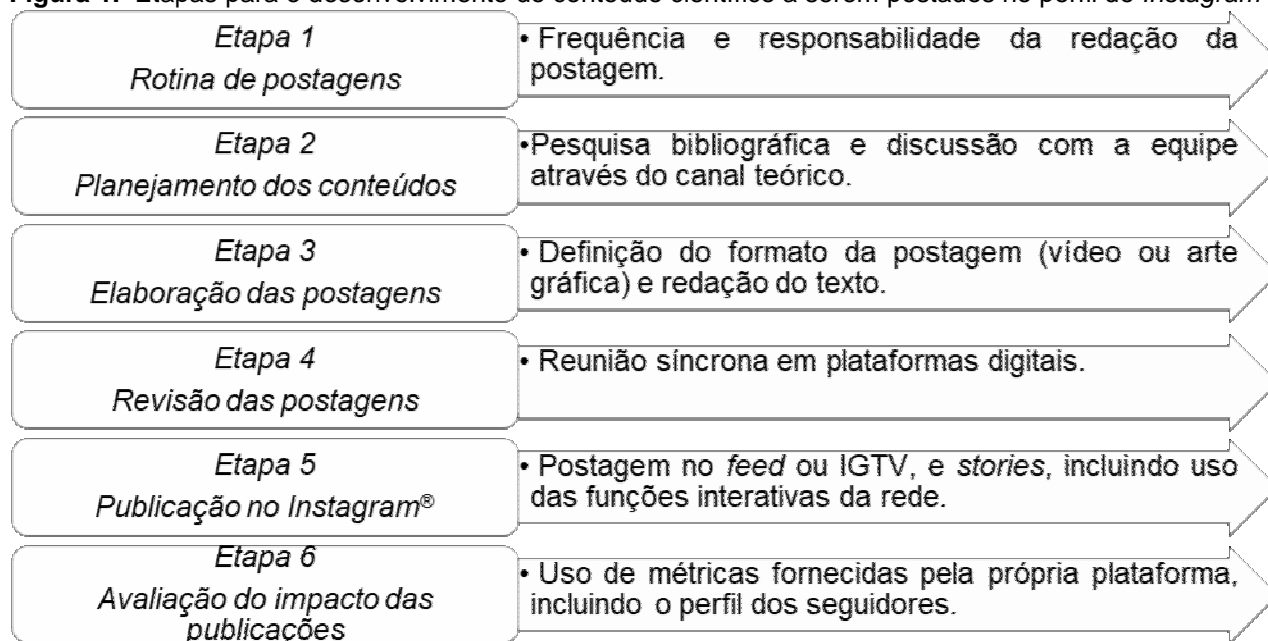
Trata-se da análise do uso do *Instagram*® para divulgação científica que foi realizada entre os meses de abril e novembro de 2020, como parte do projeto de

extensão “Sistema Alimentar, Saúde e Sustentabilidade: aonde podemos chegar?”. O projeto encontra-se cadastrado no Sistema Integrado de Gestão Acadêmica (SIGA) da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) e foi iniciado em agosto de 2019, com a finalidade de divulgar informações sobre sistema alimentar, saúde e sustentabilidade de forma clara e acessível, viabilizando a troca de saberes entre a universidade e a sociedade.

A equipe era composta por 11 discentes de graduação em Nutrição e 1 discente do Programa de Pós-Graduação em Nutrição, supervisionados por 4 docentes do curso de graduação em Nutrição do Instituto de Nutrição Josué de Castro da Universidade Federal do Rio de Janeiro.

No ano de 2019, o perfil do projeto @saudemeioambienteufrj foi criado na plataforma *Instagram*[®] e era utilizado para a divulgação das atividades realizadas no âmbito presencial. Com o início da pandemia SARS-CoV-2, em respeito ao isolamento social e ao interesse em manter a vitalidade do projeto, a plataforma tornou-se a principal ferramenta para a divulgação de conteúdo científico. A divulgação científica utilizando a plataforma *Instagram*[®] era realizada em 6 etapas, conforme apresentado na **Figura 1**.

Figura 1. Etapas para o desenvolvimento do conteúdo científico a serem postados no perfil do *Instagram*[®].



Fonte: elaborado pelos autores.

A rotina de postagens estabelecida foi a bissemanal, em que cada postagem era elaborada por um dos discentes extensionistas. Os dias e horários para as postagens foram escolhidos considerando os períodos mais ativos dos seguidores do perfil através da análise das métricas. Ou seja, as preferências do público alcançado foram acessadas a partir dos dados disponibilizados pela própria mídia social.

Os temas e os conteúdos abordados nas postagens foram selecionados a partir de pesquisas bibliográficas utilizando as bases de dados Scielo, Google escolar ou sites institucionais nacionais ou internacionais ([SILVA et al., 2021](#)). O foco principal era apresentar questões atuais e relevantes no Brasil e no mundo dentro da temática do projeto (sistema alimentar, saúde e sustentabilidade) e, sempre que possível, estabelecer

relação com a pandemia SARS-CoV-2. As datas festivas, quando relacionadas ao projeto, também foram temas de postagens, a fim de informar aos seguidores, suscitar o debate e a troca de saber. Após a definição do tema e a seleção da bibliografia, a equipe do projeto discutia sobre o conteúdo e o formato da postagem.

O formato da publicação a ser realizada no *Instagram*[®] era definido de acordo com o tema e com as propostas apresentadas pelos discentes. A postagem poderia ser representada através de arte gráfica ou vídeo, como também, publicada em carrossel (conjunto de fotos/vídeos em sequência) (LIMA, 2019). Todas as postagens eram compostas por texto e *hashtags*, que complementavam as informações.

As postagens eram elaboradas com linguagem de fácil compreensão, textos curtos e ilustrações de forma a atrair o interesse dos seguidores do perfil, assim como, outros usuários da plataforma. As artes e/ou vídeos foram elaborados utilizando os *websites* Canva[®], InShot[®], entre outros, ou a própria plataforma do *Instagram*[®]. A revisão das postagens era conduzida por meio de reuniões síncronas utilizando as plataformas *Google Meet*[®] ou *WhatsApp*[®]. As sugestões eram discutidas e, quando pertinentes, adicionadas antes da publicação no *Instagram*[®].

Cada publicação realizada incluía uma sequência de *stories*, de forma a despertar reflexões e a curiosidade dos usuários do *Instagram*[®]. Para isso, foram utilizadas funções interativas tais como: enquetes e questionários rápidos, perguntas retóricas e espaços abertos para a discussão. A partir da apresentação do tema, os usuários poderiam interagir por mensagens diretas ou por meio dos comentários públicos. Simultaneamente, era feita a postagem no *feed* ou vídeo através do *IGTV* - aba do próprio perfil do *Instagram*[®].

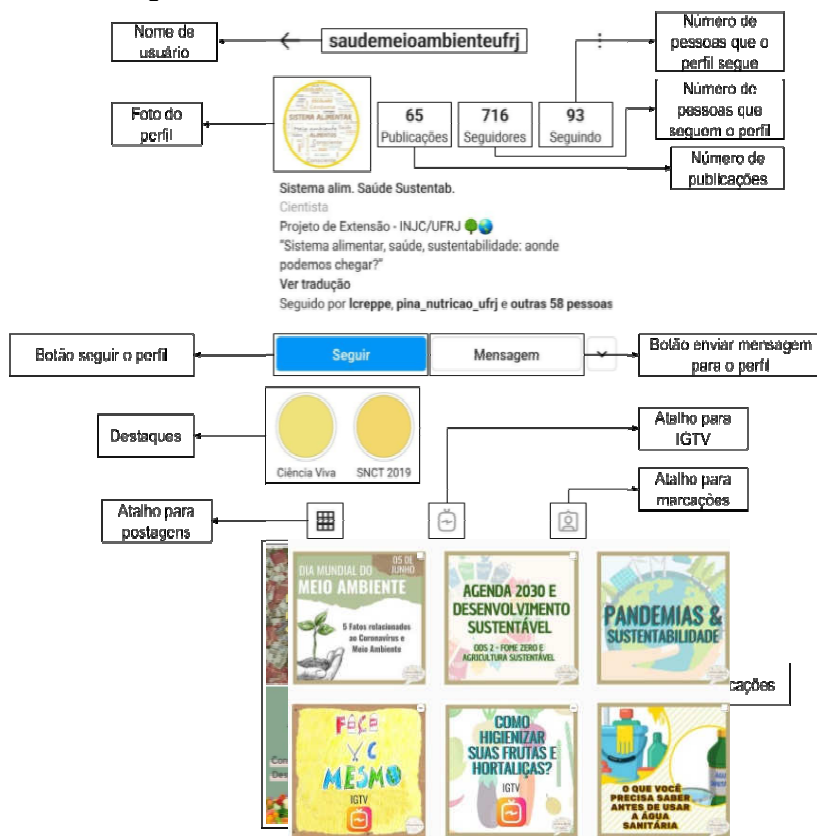
Para avaliar o impacto das publicações, as métricas fornecidas pela plataforma foram analisadas utilizando o alcance, as impressões, os comentários, as visitas ao perfil, os compartilhamentos salvos e o número de curtidas. O perfil dos seguidores também foi analisado a partir dos dados disponíveis para caracterização do público. As métricas foram tabuladas em planilha Excel[®] para melhor visualização dos resultados obtidos. A análise das métricas forneceu subsídios que contribuiriam para o planejamento das postagens seguintes.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Dentre as diversas mídias sociais de uso gratuito disponíveis utilizou-se o *Instagram*[®]. Essa escolha teve relação com as características da plataforma que incluem a possibilidade de disponibilizar conteúdo visual e ao mesmo tempo promover interações entre a equipe do projeto e os usuários, além de ainda possibilitar a coleta de informações de forma fácil, por meio de metadados, *hashtags* e métricas (ZANDAVALLE, 2018). Apesar do *Facebook*[®] ser a rede social com maior número de usuários ativos (SILVA et al., 2021), o *Instagram*[®] possui boas taxas de engajamento (KIM, 2021).

Em novembro do ano de 2019, o perfil @saudemeioambienteufjr foi criado no *Instagram*[®] para divulgar as atividades realizadas pelo projeto de extensão. As publicações no *feed* não apresentavam padrão de cor, assim como também havia variação nos temas e nos estilos de postagens. Na **Figura 2** pode-se observar o perfil, assim como, a descrição dos itens do perfil no *Instagram*[®], que serão citados ao longo da seção.

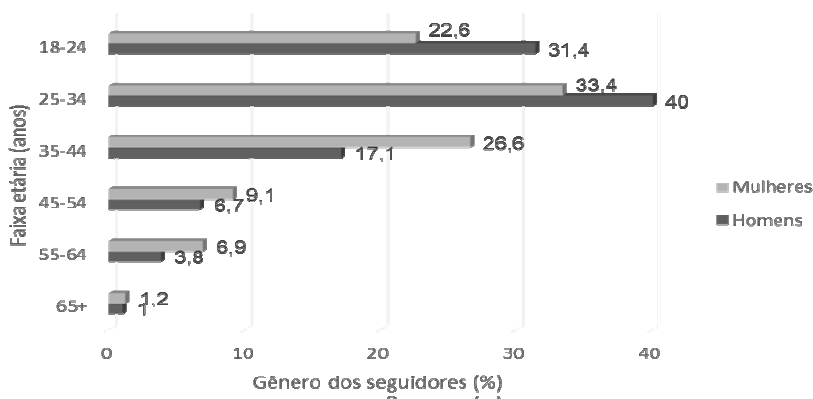
Figura 2. Perfil do *Instagram* do projeto de extensão “Sistemas alimentares, saúde e sustentabilidade: aonde podemos chegar?”.



Fonte: [Projeto de Extensão SASS, 2020.](#)

Em abril de 2021, o perfil apresentava cerca de 885 seguidores, dos quais 87% eram do gênero feminino e 58% possuíam idade entre 18 e 34 anos. Enquanto, a maior parte dos seguidores do gênero masculino pertenciam à a esta faixa etária, aqueles do gênero feminino estão distribuídos entre 18 e 44 anos de idade, como pode ser observado na **Figura 3**. A principal localização de acesso ao perfil foi do município do Rio de Janeiro com cerca de 60% dos acessos, enquanto o restante foi distribuído pela região da baixada fluminense no estado do Rio de Janeiro.

Figura 3. Faixa etária de acordo com o gênero dos seguidores do perfil do *Instagram*®.



Fonte: [Projeto de Extensão SASS, 2020.](#)

O número de seguidores alcançado pelo perfil, pode ser atribuído à importância do tema, assiduidade de postagens e ao crescente uso da plataforma durante a pandemia. No primeiro trimestre do ano de 2020 foi observado aumento de 40% no tempo de uso do aplicativo, devido à situação de isolamento social gerada pela crise global ([KANTAR, 2020](#)). Esse crescimento, no entanto, não está necessariamente associado à qualidade da informação, podendo contribuir, inclusive, com a disseminação de *fake news*, o que reforça a necessidade da ampliação de perfis nas mídias sociais que contribuam com a divulgação científica ([MALAVÉ, 2020](#); [XAVIER et al., 2020](#)).

O uso das redes sociais para fins de difusão de conhecimento tem crescido expressivamente e passou a predominar como uma forma de comunicação rápida. Esta quando utilizada no combate às *fake news* e direcionada à população em geral pode auxiliar no esclarecimento de dúvidas quanto às informações que muitas vezes podem ser transmitidas de maneira tendenciosa visando apenas interesses privados ([MASSARANI; MOREIRA, 2021](#)). Recentemente, alguns perfis no *Instagram*[®], como [@ojoioeotrigo](#), [@oatila](#), [@comidanalupa](#) e [@hugofernandesbio](#), que abordam temáticas sobre alimentação, saúde e meio ambiente têm se destacado e popularizado a ciência e tecnologia, o que pode ter relação com o dinamismo dos conteúdos, bem como informações sobre assuntos atuais, idôneos e relevantes.

Entre os meses de abril e novembro de 2020, 45 postagens foram publicadas pela equipe do projeto, 21% destas abordaram o tema alimentação saudável e sustentável em tempos de pandemia. Na **Tabela 1** e **Tabela 2** estão apresentados os títulos e formatos destas postagens publicadas no *feed* de informações, assim como as métricas coletadas na plataforma utilizada.

Emprego de mídia social na divulgação científica sobre sistema alimentar saudável...

Tabela 1. Métricas das publicações realizadas entre abril e novembro de 2020 no perfil @saude meio ambiente ufrrj no formato imagem única e IGTV.

Título	Alcance	Curtidas	Comentários	Visitas	Impressões	Compartilhamentos	Salvos	Formato
Pandemias & Sustentabilidade	235	33	6	11	275	7	2	Imagem Única
Armazenamento Adequado dos Alimentos	320	39	2	17	378	9	8	
Medidas para redução da contaminação de Covid-19 em mercados, supermercados e hortifrutis	228	31	5	5	265	15	2	
Como se alimentar bem em tempos de Covid-19	300	46	3	13	364	5	5	
Alimentos descascados e cortados: Qual a problemática?	773	126	25	67	881	78	19	
Dia do educador ambiental e Dia do Professor	172	22	0	2	190	1	0	
Pelo fim dos panfletos no chão, e voto sim	373	72	0	11	434	26	1	
SUS e Agenda 2030	269	58	11	5	329	26	1	Vídeo (IGTV)
Faça você mesmo – máscara face shield com garrafa pet	226	19	5	4	267	6	4	
Conhecendo o projeto de extensão	181	19	4	5	204	0	1	
Como higienizar suas frutas e hortaliças?	248	30	14	2	312	6	3	
O que há por trás do que você come?	430	69	7	4	466	41	5	

Fonte: [Projeto de Extensão SASS, 2020.](#)

Tabela 2. Métricas das publicações realizadas entre abril e novembro de 2020 no perfil @saudemeioambienteufrrj no formato de imagens em carrossel (cont.)

Título	Alcance	Curtidas	Comentários	Visitas	Impressões	Compartilhamentos	Salvos
Compostagem doméstica	356	38	3	1	438	7	8
Tempo de decomposição das embalagens	414	58	8	11	502	22	7
Dia da Terra	217	24	7	3	258	7	1
Delivery em meio ao Covid-19	294	48	7	19	384	22	6
Como higienizar sua máscara de tecido	463	64	12	20	570	35	7
Dia Nacional da Saúde	193	29	3	2	260	5	0
Comer é um ato político	546	128	7	35	689	60	31
4 mudanças necessárias pós pandemia	306	38	5	4	379	14	2
#SOS Floresta do Camboatá	252	22	2	3	301	2	0
Dia do Nutricionista	210	51	0	4	276	7	0
Como diminuir o lixo das suas compras	512	55	4	3	589	12	11
O descarte ideal para as suas esponjas	401	49	4	3	492	8	11
Você já ouviu falar em pegada ecológica?	264	38	2	5	334	3	1
Banco de alimentos	320	54	4	10	426	9	9
Dia da Ciência e da Cultura	185	16	0	1	250	0	0
Agrotóxicos, o que são?	259	30	0	7	349	5	4
O que você precisa saber antes de usar a água sanitária	377	72	10	13	475	36	14
Agenda 2030 e desenvolvimento sustentável – ODS 2	539	59	7	12	623	8	9
Dia Mundial do Meio Ambiente – 5 fatos relacionados ao Coronavírus e meio ambiente	303	47	10	6	374	32	5
O uso da garrafa PET para a proteção em tempos de Covid-19	343	58	4	26	483	47	7

Emprego de mídia social na divulgação científica sobre sistema alimentar saudável...

Tabela 2. Métricas das publicações realizadas entre abril e novembro de 2020 no perfil @saudemioambienteufrj no formato de imagens em carrossel (term.)

Por que devemos separar e descartar o lixo corretamente?	374	50	9	16	462	8	9
Utilização integral dos alimentos durante a quarentena – parte 2	338	55	4	6	412	2	18
Divulgação da participação do projeto no Festival do Conhecimento UFRJ	308	55	5	9	393	4	3
Senado permite que bares e restaurantes possam doar sobras de alimentos: Quais as consequências disso?	267	30	5	2	337	2	2
Dia do Agricultor e Dia da Agricultura Familiar	236	27	5	3	303	2	1
Plantas fáceis de cultivar em ambientes pequenos	431	66	5	19	568	34	18
O impacto ambiental dos produtos de limpeza	384	68	5	6	517	18	20
Dia internacional de preservação da camada de ozônio	204	23	5	4	263	2	0
Por que elevar os preços das bebidas açucaradas?	359	45	1	4	426	12	3
Quanto tempo temos para reverter a crise climática?	173	23	0	2	217	4	0
Você sabe quais impactos que você pode gerar no meio ambiente participando da segunda sem carne?	290	46	5	6	350	12	7
Dia de Conscientização pelo Não Desperdício de Alimentos	288	41	0	8	389	12	5
Programa de análise de resíduos de agrotóxicos em alimentos	239	21	0	2	315	0	3

Fonte: [Projeto de Extensão SASS, 2020](#)

As publicações realizadas no *feed* de informações do perfil seguiram diferentes formatos e artifícios para a divulgação do conteúdo. No perfil @saudemioambienteufri alguns temas foram publicados utilizando vídeos, que foram postados no canal de vídeos disponível no próprio *Instagram*[®] (IGTV) para todos os usuários (LIMA, 2019) (Tabela 1). As publicações com imagens em carrossel consistiram em inserir entre 2 e 10 imagens, ou mesclar imagens com vídeos, em uma mesma publicação (Tabela 2). Os *stories* também foi uma ferramenta frequentemente utilizada, e estes permitiram a interação rápida através de fotos/imagens, vídeos (de até 15 segundos), textos ou até mesmo perguntas que permaneceram no perfil do *Instagram*[®] por apenas 24 horas (LIMA, 2019).

A fim de aproveitar ao máximo os recursos disponíveis, as *hashtags* também foram utilizadas com o intuito de aumentar o número de visualizações, uma vez que o uso destas funciona como identificação de pertencimento a uma comunidade ou a uma discussão. As *hashtags* contribuem para atingir o possível público do conteúdo abordado, já que funcionam como filtros, nos quais os indivíduos fazem sua busca livre e recebem coletânea de postagens dentro da temática, podendo assim, direcionar o conteúdo de forma personalizada (ZANDAVALLE, 2018).

As *hashtags* mais utilizadas pelo perfil do projeto no *Instagram*[®] foram #sistema alimentar; #meioambiente; #sustentabilidade; #agrotóxicos; #SUS. A escolha destas dependeu da temática a ser abordada. Este artifício – uso das *hashtags* colabora para que o conteúdo não fique restrito ao espaço da Universidade.

Ao analisar o impacto das postagens, de acordo com as informações fornecidas pela plataforma do *Instagram*[®], a métrica ‘alcance’ forneceu uma estimativa do número de contas únicas que visualizaram as publicações e *stories* do perfil, enquanto ‘impressões’ contabilizou o número total de vezes que publicações e *stories* foram visualizados. As ‘visitas ao perfil’ refletem a quantidade de usuários que acessaram o perfil a partir da publicação. Já ‘compartilhamentos’ e ‘salvos’ retratam o número de vezes que a publicação analisada foi, respectivamente, compartilhada e salva.

A publicação mais relevante, com base no alcance, foi a de título “Alimentos descascados e cortados: Qual a problemática?”, que alcançou 773 contas únicas e foi vista 880 vezes (Tabela 1). Esse quantitativo de alcance não garante que todos os acessos foram realizados apenas pelos seguidores da página, mas também por outros usuários que podem ter sido alcançados por meio de *hashtags* e compartilhamentos da publicação. Na publicação supracitada, 57% das contas alcançadas não seguiam o perfil do projeto. Os comentários realizados pelos seguidores retratam que a publicação trouxe a reflexão sobre o consumo consciente e viabilizou a troca de saber.

“Perfeito!!! O resíduo gerado com essas ‘metadinhas’ é absurdo! A natureza oferece a perfeição, o homem vem e estraga tudo!! Ótima reflexão!!”
(Seguidor 1)

“Legal a postagem!! Isso mesmo. Sempre fico observando a quantidade de resíduo que esse tipo de venda gera pelo menos, aqui em casa não compramos! Se fizermos a ação aos pouquinhos, mais pessoas podem ficar conscientes!”
(Seguidor 2)

“Infelizmente essa prática leva a um consumo muito grande de plásticos! Que tal aproveitarmos melhor a embalagem natural que as frutas têm e depois fazer a compostagem??”
(Seguidor 3)

Fonte: [Projeto de Extensão SASS, 2020](#).

A partir dos comentários realizados pelos seguidores foi possível observar a reflexão promovida pela postagem, sendo válido ressaltar que apenas uma única imagem e um texto acompanhado de *hashtags* compôs a publicação em questão (**Figura 4**). Isso reforça que a utilização da mídia social com característica visual, pode funcionar como ferramenta interessante para atrair a atenção da comunidade para diversos temas, além de propagandas e mídias.

Figura 4. Publicação “Alimentos descascados e embalados” com imagem única, texto e *hashtags*.



Fonte: [Projeto de Extensão SASS, 2020](#).

A publicação intitulada “Como higienizar sua máscara de tecido: passo a passo no vídeo ao lado” foi a mais relevante envolvendo a temática da pandemia do SARS-CoV-2, tendo sido visualizada 570 vezes e alcançado 463 contas únicas (**Tabela 2**). Das contas únicas, 63% não seguiam a conta do projeto. Além de tratar de um tema atual, a postagem foi publicada logo após as recomendações do uso de máscaras caseiras ser realizada pelo Ministério da Saúde ([BRASIL, 2020b](#)). O destaque da publicação também pode ser relacionado com o fato de o formato da postagem ter sido em carrossel, e mesclando imagem estática com vídeo. Estudo realizado pela agência Socialinsider relatou que postagens em formato de carrossel apresentam maior taxa de engajamento em relação àquelas com imagem única, essa taxa é ainda maior quando o carrossel mescla imagens e vídeos ([LOZAN, 2020](#)). Corroborando com o estudo supracitado pode-se observar que as postagens em que foi adotado o formato de imagens em carrossel apresentaram maior relevância como pode ser observado na **Tabela 2**.

O acompanhamento da mudança de métricas e novidades dos recursos da plataforma foi importante para manutenção e atualização do perfil. O *Instagram*® frequentemente adiciona e atualiza suas ferramentas, dando maior visibilidade às contas que as usam, como forma de, não só promover tais instrumentos, mas também fomentar a participação dos desenvolvedores de conteúdo. O frequente uso dos *stories* e suas ferramentas, as postagens assíduas, uso de *hashtags* e localização foram formas de aproveitar ao máximo o que a plataforma oferece para promover interação, diversificação e impulsionamento para a comunicação efetiva com o público.

Para cada postagem, os *stories* foram elaborados e estes foram postados antes da publicação ser realizada no *feed* de informações, a fim de instigar a curiosidade e incentivar a interação pelos usuários (**Figura 5**). Os *stories* também podem ser considerados um complemento à comunicação estabelecida no *Instagram*[®] pelo *feed* de notícias, uma vez que ele pode apresentar notas menores e servir como uma forma de captar os seguidores do perfil ([LIMA, 2019](#)).

Figura 5. Sequências de *stories* publicados para a divulgação da postagem e incentivo à interação com os usuários.



Fonte: [Projeto de Extensão SASS, 2020](#).

A publicação intitulada “Utilização integral dos alimentos durante a quarentena – parte 2” destacou-se com o alcance de 337 contas únicas e foi vista 411 vezes. O formato com imagens em carrossel foi adotado para a postagem. A postagem “Utilização integral de alimentos durante a quarentena” suscitou a curiosidade nos seguidores, como pode ser observado nos comentários feitos.

“amei essa ideia da cocada”
(Seguidor 5)

“Ótimas ideias de receitas!!! Vou replicar todas em casa.”
(Seguidor 4)

Fonte: [Projeto de Extensão SASS, 2020](#).

Durante todo o período de abril a novembro do ano de 2020 foi observado grande empenho por parte do grupo para manter o projeto ativo, mesmo que remotamente, o que foi refletido pelo número de postagens e aumento do engajamento. O uso da plataforma *Instagram*[®] como estratégia para a divulgação de conteúdo científico possibilitou, para os alunos, o desenvolvimento de habilidades e aprofundamento de conteúdos vistos durante a graduação, contribuindo para a formação do futuro profissional. Além disso, o processo de criação de conteúdos apontou para a autonomia, liberdade e entusiasmo dos participantes na participação no projeto de extensão.

CONCLUSÃO

A troca de conhecimento sobre a temática de saúde, sistema alimentar e sustentabilidade abordada pelo projeto é de suma importância, tanto para a formação dos discentes envolvidos, que não as acessam de forma aprofundada durante a graduação, como para a população, que se beneficia do acesso ao saber, especialmente no atual cenário mundial considerado de sindemia global de obesidade, desnutrição e mudanças climáticas, concomitante à pandemia do SARS-CoV-2. Destaca-se, ainda, a importância do uso da mídia social como ferramenta para viabilizar o alcance e a troca de informações objetivas, seguras e baseadas na ciência.

SUBMETIDO EM: 22/04/2021.

ACEITO EM: 17/09/2021.

REFERÊNCIAS

[AFSHIN, A. et al.](#) Health effects of overweight and obesity in 195 countries over 25 years. **New England Journal of Medicine**, Waltham, v. 377, n. 1, p. 13-27, 2017. Disponível em: <https://www.nejm.org/doi/full/10.1056/nejmoa1614362>. Acesso em: 01 mar. 2021.

[AUDY, J.](#) A inovação, o desenvolvimento e o papel da Universidade. **Estudos Avançados**, São Paulo, v. 31, n. 90, p. 75-87, 2017. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/s0103-40142017.3190005>. Acesso em: 10 out. 2020.

[BEDIN, E.; PINO, J. C. D.](#) Avaliação discente sobre o desenvolvimento dos processos de ensino e aprendizagem mediados pelas redes sociais. **Revista Signos**, Lajeado, v. 39, n. 1, p. 268-286, 2018. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.22410/issn.1983-0378.v39i1a2018.1619>. Acesso em: 01 dez. 2020.

[IBGE.](#) **Pesquisa de Orçamentos Familiares 2017-2018**: avaliação nutricional da disponibilidade domiciliar de alimentos no Brasil. Rio de Janeiro: IBGE, 2020a. 61 p. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101749.pdf>. Acesso em: 01 mar. 2021.

[BRASIL.](#) Ministério da Educação. Resolução nº 7, de 18 de dezembro de 2018. **Estabelece as Diretrizes para a Extensão na Educação Superior Brasileira e regimenta o disposto na Meta 12.7 da Lei nº 13.005/201.** Brasília, DF: Ministério da Educação, 2018. Disponível em: http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_docman&view=download&alias=104251-rces007-18&category_slug=dezembro-2018-pdf&Itemid=30192. Acesso em: 15 dez. 2020.

[BRASIL.](#) Ministério da Saúde. **Nota informativa Nº 3/2020-CGGAP/DESF/SAPS/MS.** Estabelece medidas de prevenção, cautela e redução de riscos de transmissão para o enfrentamento da COVID-19. [s.n.]. Brasília: Ministério da saúde, 2020b. Disponível em: <https://www.gov.br/saude/pt-br/centrais-de-conteudo/1586014047102-nota-informativa-pdf>. Acesso em: 26 mar. 2021.

[BRASIL.](#) Ministério da Saúde. Secretaria de Atenção à Saúde. Departamento de Atenção Básica. **Guia alimentar para a população brasileira.** 2. ed. Brasília, DF: Ministério da

Saúde, 2014. Disponível em:

https://bvsmms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/guia_alimentar_populacao_brasileira_2ed.pdf.

Acesso em: 20 jan. 2021.

CENTRO REGIONAL DE ESTUDOS PARA DESENVOLVIMENTO DA SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO (CETIC). **Pesquisa sobre o uso das Tecnologias de Informação e Comunicação nos domicílios brasileiros: TIC Domicílios 2019.** São Paulo: Comitê

Gestor da Internet no Brasil, 2020. 344 p. Disponível em:

https://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/20201123121817/tic_dom_2019_livro_eletronico.pdf. Acesso em: 20 mar. 2021.

FERNANDES, R. M. M. Studygram: Interação e compartilhamento de processos de ensino-aprendizagem através do Instagram. *In: SIMPÓSIO BRASILEIRO DE INFORMÁTICA NA EDUCAÇÃO*, 29., Fortaleza, 2018. **Anais [...]**. Fortaleza: CBIE, 2018. p. 1964-1967. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.5753/cbie.sbie.2018.1964>. Acesso em: 28 jan. 2021.

FLORES, N. M. Blogs de ciência: práticas de cuidado de si do cientista contemporâneo. **Revista Interamericana de Comunicação Midiática**, Santa Maria, v. 12, n. 23, p. 86-100, 2013. Disponível em: <https://doi.org/10.5902/217549776724>. Acesso em: 16 dez. 2020.

GADOTTI, M. **Extensão Universitária: para quê?** São Paulo: Instituto Paulo Freire. [S.l.: s.n.], 2017. 18 p. Disponível em:

https://www.paulofreire.org/images/pdfs/Extens%C3%A3o_Universit%C3%A1ria_-_Moacir_Gadotti_fevereiro_2017.pdf. Acesso em: 30 out. 2020.

GOLDBERG, J. P. et al. The IFIC Foundation Food & Health Survey 2015: 10-Year trends and emerging issues. **Journal of the Academy of Nutrition and Dietetics**, New York, v. 117, n. 3, p. 355–360, 2017. Disponível: <https://doi.org/10.1016/j.jand.2016.05.012>. Acesso em: 26 jan. 2021.

JOUALAEI, H.; KESHANI, P.; KAVEH, M. H. Nutrition literacy as a determinant for diet quality amongst young adolescents: a cross sectional study. **Progress in Nutrition**, Fidenza, v. 20, n. 3, p. 455- 464, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.23751/pn.v20i3.6705>. Acesso em: 26 jan. 2021.

KANTAR. **COVID-19 Barometer: consumer attitudes, media habits and expectations.** London, 2020. Disponível em: <https://www.kantar.com/Inspiration/Coronavirus/COVID-19-Barometer-Consumer-attitudes-media-habits-and-expectations>. Acesso em: 26 set. 2020.

KIM, L. 25 Amazing Stats You Need to Know About Instagram. **Revista Inc Magazine**, [S.l.], 15 dez. 2016. Disponível em: <https://www.inc.com/larry-kim/25-amazing-stats-you-need-to-know-about-instagram.html>. Acesso em: 17 mar. 2021.

LIMA, C. B. S. **Design: the process: uma revista de design no Instagram.** 2019, 59 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Jornalismo) - Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília (UNB), Brasília, 2019. Disponível em: <https://bdm.unb.br/handle/10483/26265>. Acesso em: 10 mar. 2021.

[LIPORACE, T.](#) (coord.). **A sindemia global da obesidade, desnutrição e mudanças climáticas**: relatório da Comissão The Lancet. [S.l.]: Idec., ago. 2019. (Alimentando Políticas). Disponível em: <https://alimentandopoliticas.org.br/wp-content/uploads/2019/10/Relat%C3%B3rio-Completo-The-Lancet.pdf>. Acesso em: 15 fev. 2021.

[LOZAN, T.](#) **[Instagram Carousel Study] 22,360,021 Posts Show What Top-Performing Carousel Posts Look Like**. Bucharest: Socialinsider, jul. 2020. Disponível em: <https://www.socialinsider.io/blog/instagram-carousel-research/>. Acesso em: 10 out. 2020.

[MALAVÉ, M.](#) **O papel das redes sociais durante a pandemia**. [S.l.]: Instituto Fernandes Figueira, 2020. Disponível em: <http://www.iff.fiocruz.br/index.php/8-noticias/675-papel-redes-sociais>. Acesso em: 26 set. 2020.

[MARTINELLI, S.](#); [CAVALLI, S.](#) Alimentação saudável e sustentável: uma revisão narrativa sobre desafios e perspectivas. **Ciência & Saúde Coletiva**, Rio de Janeiro, v. 24, n. 11, p. 4251-4262, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1413-812320182411.30572017>. Acesso em: 01 mar. 2021.

[MASSARANI, L.](#); [MOREIRA, I. C.](#) **Pesquisa em divulgação científica - textos escolhidos**. Rio de Janeiro: Fiocruz/COC, 2021, 184 p. Disponível em: https://www.inct-cpct.ufpa.br/wp-content/uploads/2021/04/Livro-VPEIC_pesquisa_divulgacao_cientifica_final.pdf. Acesso em: 16 ago. 2021

[PROJETO DE EXTENSÃO SASS](#). **Perfil do projeto de extensão “Sistema Alimentar, Saúde e Sustentabilidade: aonde podemos chegar?”**. Rio de Janeiro, abr-dez. 2020. Instagram: @saudemeioambienteufrrj. Disponível em: <https://www.instagram.com/saudemeioambienteufrrj/>. Acesso em: jun./dez. 2020.

[SANTOS, M. J. V.](#); [SARDINHA A.](#) Extensão universitária, divulgação científica e o direito à informação pública: a Constituição da Agência de Divulgação Científica da Universidade Federal do Amapá. **Revista Guará**, Vitória, n. 7, 2017. Disponível: <https://doi.org/10.30712/guara.v0i7.15481>. Acesso em: 25 jan. 2021.

[SILVA, L. et al.](#) Emprego do Facebook e Instagram na divulgação de informações sobre a temática da obesidade e comportamento alimentar: uma exposição dos resultados. **Brazilian Journal of Development**, Curitiba, v. 7, n. 3, p. 24890-24906, 2021. Disponível em: <https://www.brazilianjournals.com/index.php/BRJD/article/view/26166/20765>. Acesso em: 01 abr. 2021.

[WILLET, W.](#); [ROCKSTROM, J.](#) **Dietas saudáveis a partir de sistemas alimentares sustentáveis**: alimento, planeta, saúde. [S.l.]: EAT, [2019]. (Relatório resumido da comissão EAT-Lancet). Disponível em: https://eatforum.org/content/uploads/2019/07/EAT-Lancet_Commission_Summary_Report_Portugese.pdf. Acesso em: 20 nov. 2020.

[XAVIER, F. et al.](#) Análise de redes sociais como estratégia de apoio à vigilância em saúde durante a Covid-19. **Estudos Avançados**, São Paulo, v. 34, n. 99, p. 261-282, 2020. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-40142020000200261&lng=en&nrm=iso. Acesso em: 19 nov. 2020.

[ZANDAVALLE, A. C.](#) Análise de dados visuais no instagram: perspectivas e aplicações. *In*: SILVA, T.; BUCKSTEGGE, J., ROGEDO, P. **Estudando cultura e comunicação com**

mídias sociais. Brasília, DF: IBPAD. 2018. p. 80-96. Disponível em:
<https://s3.ibpad.com.br/livros/Estudando-cultura-e-comunicacao-com-midias-sociais.pdf>.
Acesso em: 20 fev. 2021.