



EXPANSÃO DAS REDES SOCIAIS DO PROJETO MENU - MEDICINA CULINÁRIA E NUTRIÇÃO NA ATENÇÃO À SAÚDE E ANÁLISE DA ACEITAÇÃO DOS USUÁRIOS PERANTE OS CONTEÚDOS PUBLICADOS

Palavras-chave: ALIMENTAÇÃO SAUDÁVEL; COMUNICAÇÃO; PROMOÇÃO DA SAÚDE

Autora: ZAHIRA KOEHLER DOS SANTOS RODRIGUES (FCA, UNICAMP),

Orientadora: Prof^ª Dr^ª CAROLINE DARIO CAPITANI (FCA, UNICAMP),

Co-orientadora: Prof. Dr^a ANA CAROLINA J. VASQUES (FCA, UNICAMP)

INTRODUÇÃO

O aumento do uso das redes sociais nos últimos anos, sobretudo durante e após a pandemia do Covid-19 intensificou a disseminação de fake news em diferentes áreas de conhecimento, como na nutrição, tornando-se um problema de saúde pública não só no Brasil, como no mundo (PINHEIRO, 2021). No mesmo período, foram observadas mudanças negativas nos hábitos alimentares da população, como maior consumo de ultraprocessados, de bebidas alcoólicas e redução da prática de atividade física (BENNET et al., 2021; MACHADO et al., 2022). Diante desse cenário contemporâneo, destaca-se a importância de comunidades digitais, que disseminem conteúdos baseados em ciência, para promover educação em saúde (CARIBÉ, 2024). As redes sociais, quando bem utilizadas, podem ser ferramentas eficazes de comunicação científica, especialmente na atenção primária, por meio da disseminação de informações confiáveis sobre alimentação saudável (BARROS, 2018). O projeto MeNu - Medicina Culinária e Nutrição na Atenção à Saúde, passou a utilizar as redes sociais em 2023 com intuito de promover habilidades culinárias e autonomia alimentar. Este trabalho propõe expandir e avaliar a aceitação dos conteúdos publicados na plataforma Instagram do projeto, visando aprimorar a comunicação científica e a promoção da saúde nas mídias digitais.

OBJETIVO

Expandir as redes sociais do projeto MeNu e analisar a aceitação dos usuários perante os conteúdos publicados nas redes do projeto.

METODOLOGIA

Trata-se de um estudo de abordagem qualitativa e caráter aplicado, que deu continuidade a um projeto de iniciação científica iniciado em 2023. Foram analisados dados gerados pelas próprias plataformas digitais do

projeto MeNu, não envolvendo informações privadas de terceiros, portanto dispensando avaliação pelo CEP, conforme Resolução 510/16.

O projeto visou expandir as redes sociais do MeNu além do Instagram, com base na Jornada de Consumo da Informação, proposta por Kotler et al. (2017), que contempla as etapas de assimilação, atração, arguição, ação e apologia em relação ao conteúdo. A escolha das plataformas foi orientada pelo perfil do público-alvo pré-identificado.

Para análise dos dados, foram definidos indicadores-chave de desempenho (KPIs) (NAGYOVA et. al., 2009), conforme metodologia de Avis (2021), alinhados aos objetivos de comunicação para cada etapa da jornada. Os KPIs a serem monitorados incluem métricas como alcance, cliques, curtidas, comentários, compartilhamentos, impressões e leads, cujos dados foram extraídos da ferramenta Instagram Insights.

Por fim, os conteúdos com maior aceitação pelos usuários serviram como referência para a produção de conteúdos posteriores, buscando maior eficácia na comunicação científica e na promoção da saúde nas redes sociais do projeto.

RESULTADOS

Inicia-se pontuando que adaptações no cronograma foram necessárias, com o objetivo de atender às demandas identificadas no andamento do projeto. A proposta inicial previa, de forma sequencial, as seguintes atividades: levantamento bibliográfico, expansão das redes sociais, definição de indicadores-chave de desempenho (KPIs), análise dos dados das redes sociais, identificação dos conteúdos com maior engajamento e adequação dos conteúdos subsequentes.

No entanto, ao assumir a curadoria da principal rede social do Projeto MeNu, o Instagram, identificou-se que a plataforma ainda não possuía volume suficiente de conteúdos para permitir uma análise consistente dos indicadores de desempenho. Dessa forma, optou-se por concentrar esforços, nesta etapa da pesquisa, na formulação, produção e publicação de conteúdos para o Instagram, de modo a consolidar um acervo mínimo necessário à aplicação da metodologia de KPIs prevista.

As atividades realizadas contemplaram: o levantamento bibliográfico em bases como Periódicos CAPES, SciELO, LILACS e PubMed, com foco na comunicação científica (CARIBÉ, 2015); a formulação e divulgação de publicações no Instagram do Projeto MeNu, seguindo as diretrizes do Guia Alimentar para a População Brasileira (2014) e do Marco de Educação Alimentar e Nutricional (2012); e o monitoramento dos insights disponibilizados pela própria plataforma.

Com um número mais robusto de conteúdos publicados, foi possível dar início à aplicação efetiva das etapas propostas na metodologia. Ressalta-se, contudo, que a expansão das redes sociais do projeto foi realocada como penúltima etapa do processo. Isso porque, ao analisar as métricas com base nos KPIs, observou-se que o público atingido demonstrava interesse em conteúdos aprofundados. Assim, a ideia inicial de expandir para redes sociais onde o conteúdo é apresentado de forma mais superficial foi suspensa. Em seu lugar, optou-se pela criação de um novo canal de comunicação mais condizente com o perfil do público: um blog.

O Projeto MeNu também se destacou como meio de divulgação científica, ao sintetizar e compartilhar artigos sobre Medicina Culinária. Atualmente, o perfil no Instagram conta com mais de 1.300 seguidores e 48 postagens, tendo alcançado 30.222 visualizações nos últimos 90 dias. Essa abordagem despertou o interesse de profissionais da saúde para além do ambiente acadêmico, resultando em parcerias e oficinas de extensão e difusão do conhecimento. Além disso, o reconhecimento dos seguidores tem sido evidente por meio de comentários elogiosos, que destacam o MeNu como uma fonte confiável de informação sobre alimentação saudável.

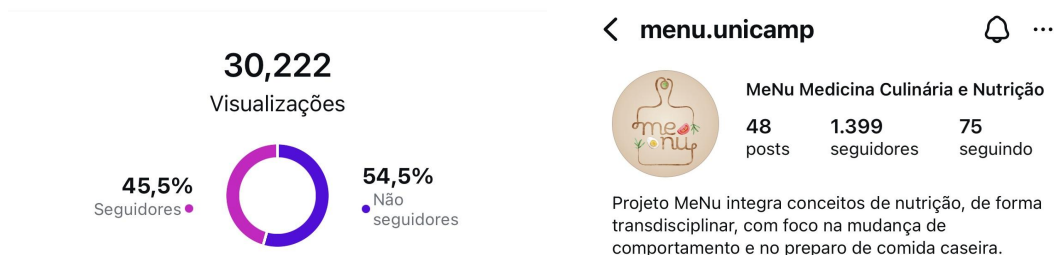


Figura 1 - Instagram insights Projeto MeNu (número de visualizações do perfil) – Fonte: Instagram

Figura 2 - Instagram Projeto MeNu (número de seguidores e publicações) – Fonte: Instagram

CONCLUSÃO

A pesquisa atingiu seu objetivo, desenvolvendo e implementando uma comunicação que suprisse as etapas da jornada do consumo condizentes para o público alvo, e a partir dos conteúdos publicados posicionou a rede social do projeto como meio uma fonte confiável de informação sobre alimentação saudável e promoção da saúde.

REFERÊNCIAS

- AVIS, Maria Carolina. **Marketing digital baseado em dados: métricas e performance**. Curitiba: Editora InterSaberes. 2021.
- BARROS, Ione S. et al. Alimentação saudável na mídia de massa e promoção da saúde: percepções sociais de agentes comunitários. **Revista Brasileira de Pesquisa em Saúde/Brazilian Journal of Health Research**, v. 20, n. 2, p. 35–43, 2018. Disponível em: <https://periodicos.ufes.br/rbps/article/view/21230>. Acesso em: 10 março. 2024.
- BENNET, Grace. et al. **O impacto do bloqueio durante o surto de COVID-19 nos hábitos alimentares em vários grupos populacionais: uma revisão de escopo**. Volume 8. Reino Unido: Fontiers, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.3389/fnut.2021.626432>. Acesso em 10 de março. 2024.
- CARIBÉ, Rita. **Comunicação científica: reflexões sobre o conceito**. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/prod/a/wvgVwPmtRyLmcVKg9gXkcbG/?lang=en#>. Acesso em: 10 março.2024

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 4.0: Do tradicional ao digital**. Rio de Janeiro: Editora Sextante. 2017.

NAGYOVA, A. ; PACAIOVA, H. **HOW TO BUILD MANUAL FOR KEY PERFORMANCE INDICATORS – KPI**. DAAAM INTERNATIONAL SCIENTIFIC BOOK 2009 pp. 135-142 CHAPTER 15
Disponível em: https://www.daaam.info/Downloads/Pdfs/science_books_pdfs/2009/Sc_Book_2009-015.pdf.
Acesso em: 10 março.2024

MACHADO, Beatriz Almeida; AGUIAR, Marina Muniz; ROCHA, Camilla Medeiros Macedo da; CABRAL, Caroline Ferreira Soares; MARTINS, Carla Adriano; OLIVEIRA, Mariana Fernandes Brito de. **Aspectos da autonomia culinária de universitários antes e durante a pandemia de COVID-19. DEMETRA: Alimentação, Nutrição & Saúde**, [S. l.], v. 17, p. e61768, 2022. DOI: 10.12957/demetra.2022.61768.
Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/demetra/article/view/61768>. Acesso em: 10 março. 2024.

PINHEIRO, Petrinsol. **Fake news em jogo: uma discussão epistemológica sobre o processo de produção e disseminação de (in)verdades em redes sociais**. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1678-460X202156104>.
Acesso em: 10 março.2024