



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO  
CAMPUS UFRJ-MACAÉ  
Professor Aloísio Teixeira



**Utilização do Instagram® como estratégia para disseminação de conhecimento acerca da ciência dos alimentos**

**LAIZA PEREIRA GONÇALVES SOUTO**

**Macaé  
2022**



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO  
CAMPUS UFRJ-MACAÉ  
Professor Aloísio Teixeira



LAIZA PEREIRA GONÇALVES SOUTO

Utilização do Instagram® como estratégia para disseminação de conhecimento acerca da ciência dos alimentos

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Farmácia da Universidade Federal do Rio de Janeiro - Campus Macaé como parte dos requisitos para obtenção do título de farmacêutico.

Orientadores: Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Jéssica Chaves Rivas  
Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Juliana Tomaz Pacheco  
Latini.

Macaé  
2022

## CIP - Catalogação na Publicação

S728

Souto, Laiza Pereira Gonçalves

Utilização do Instagram® como estratégia para disseminação de conhecimento acerca da ciência dos alimentos / Laiza Pereira Gonçalves - Macaé, 2021.  
47 f.

Orientador(a): Jéssica Chaves Rivas .

Coorientador(a): Juliana Tomaz Pacheco Latini.

Trabalho de conclusão de curso (graduação) - Universidade Federal do Rio de Janeiro, Campus Macaé Professor Aloisio Teixeira, Bacharel em Farmácia, 2022.

1. Alimentos. 2. Desinformação. 3. Divulgação científica. 4. Redes sociais online. I. Rivas, Jéssica Chaves, orient. II. Latini, Juliana Tomaz Pacheco, coorient. III. Título.

CDD 302.2

Ficha catalográfica elaborada pela Biblioteca com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

Campus UFRJ-Macaé Professor Aloisio Teixeira  
Bibliotecário Anderson dos Santos CRB7 – 5280

LAIZA PEREIRA GONÇALVES SOUTO

Utilização do Instagram® como estratégia para disseminação de conhecimento acerca da ciência dos alimentos

Trabalho de conclusão de curso (TCC) defendido e aprovado como requisito para obtenção do título de farmacêutico.

Macaé-RJ, 13 de Janeiro de 2022.

Banca Avaliadora:

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Jessica Chaves Rivas  
UFRJ/Campus Macaé  
<http://lattes.cnpq.br/7294077003342952>

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Maria Christina dos Santos Verdam  
UFMS  
<http://lattes.cnpq.br/7705024439395916>

Prof. Dr. Francisco Martins Teixeira  
UFRJ/Campus Macaé  
<http://lattes.cnpq.br/7648303522085382>

## **AGRADECIMENTOS**

À Deus, por todo amparo, força, determinação e fé concedido a mim durante estes longos anos de caminhada árdua, pois sem a bênção d'Ele a conquista deste sonho não seria possível.

À minha protetora, Nossa Senhora Aparecida, padroeira do Brasil, minha eterna intercessora, a qual sou grata por toda graça sobre mim e por nunca ter me desamparado.

Aos meus pais Marcos e Helena, por todo apoio, principalmente, por se deslocarem da nossa cidade natal para residirem e viverem este desafio intensamente comigo. Além de não medirem esforços para me auxiliarem financeiramente e emocionalmente. Gratidão eterna pelas orações, apoio, conforto e compreensão ao longo dessa jornada.

Aos meus irmãos, Letícia e Júnior, pelo apoio e motivação ao longo dessa jornada chamada vida.

Aos meus avós, que mesmo distantes, vibram com as minhas conquistas e sempre foram autênticos e altruístas, sem dúvidas, proporcionando boas energias para que eu não desistisse.

Às minhas tias, que sempre me encorajaram e intercederam por mim, para que eu persistisse na caminhada para a conquista dos meus.

Ao meu namorado, pelo incondicional apoio nos meus momentos de crise e tristeza, mas também por me incentivar a encarar a vida de forma mais leve.

Às minhas amigas, tais como Antônia e Sofia, presentes de 2020, por compreenderem minhas ausências e união, ainda que distantes, sem dúvida, vocês são força motriz para as alegrias diárias.

A todos os amigos da faculdade, que direta ou indiretamente, lutaram e viveram esta fase única comigo, apoiando um ao outro, sendo o alicerce para a conquista de um sonho nos momentos de agonia, aflição e desespero. Gratidão por todos que desejavam o meu bem, que me ajudaram a superar esse ciclo da minha vida, estando presente nos momentos felizes e tristes, me proporcionando mais alegria e amenizando as dificuldades.

Aos queridos professores da UFRJ-Macaé que contribuíram diretamente na minha formação profissional e pessoal, em especial as professoras Jéssica Rivas e

Juliana Latini que além de orientadoras, sempre foram amigas, encorajando e incentivando essa jornada e sempre dispostas a ajudar.

Enfim, sou grata a todos por sempre me apoiarem e me oferecerem forças para finalizar essa trajetória.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Dados das indústrias brasileiras de alimentos.....	16
Figura 2. Fluxograma de produtividade na indústria de alimentos.....	16
Figura 3. Tipos de fraudes alimentares.....	19
Figura 4. Perfil Farmalimentos criado na rede social Instagram®. ....	30
Figura 5. Logo Farmalimentos .....	30
Figura 6. Perfil dos seguidores do Farmalimentos.....	31
Figura 7. <i>Posts</i> da temática “Você sabia?!” .....	33
Figura 8. <i>Post</i> Covid-19 x Vitamina C e interações da publicação .....	34
Figura 9. Publicações de fraude alimentar e interações do maior alcance .....	35
Figura 10. Publicações relacionadas a COVID-19.....	37
Figura 11. I Ciclo de Palestras dos Projetos Integrados .....	38
Figura 12. II Ciclo de Palestras dos Projetos Integrados .....	38
Figura 13. Entrevista para o jornal O Debate - Diário de Macaé .....	41

## LISTA DE TABELAS E GRÁFICOS

Tabela 1. Produtos que mais sofrem fraude alimentar e o tipo mais comum de fraudes praticadas nestes. ....21

Gráfico 1. Alcance dos posts do perfil pelos usuários do Instagram.....32

Gráfico 2. Postagens “Mito ou Verdade” .....34



## LISTA DE SIGLAS E ABREVIações

ABIA	Associação Brasileira de Indústria de Alimentos
ANVISA	Agência Nacional de Vigilância Sanitária
COVID-19	<i>Coronavirus Disease 2019</i> – Doença por novo coronavírus 2019
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
PNAD	Pesquisa Nacional por Amostras de Domicílios
SBCTA	Sociedade Brasileira de Ciência e Tecnologia de Alimentos

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b>	12
<b>2</b>	<b>REFERENCIAL TEÓRICO</b>	14
2.1	Importância da Ciência e Tecnologia de Alimentos	14
2.1.1	Indústria de alimentos	16
2.1.2	Fraudes alimentares	18
2.2	Uso das mídias sociais	22
2.2.1	Rede Social Instagram®	22
2.2.2	Influenciadores digitais nas mídias sociais	23
2.2.3	Relevância da divulgação científica nas mídias sociais	24
2.3	Atividades de extensão na Universidade	24
<b>3</b>	<b>JUSTIFICATIVA</b>	26
<b>4</b>	<b>OBJETIVOS</b>	27
4.1	Objetivo Geral	27
4.2	Objetivos Específicos	27
<b>5</b>	<b>MÉTODOS</b>	28
5.1	Perfil Farmalimentos	28
5.2	Quadros do perfil Farmalimentos	28
5.3	Alcance dos posts e materiais produzidos	29
5.4	Análise do perfil dos seguidores da página	29
<b>6</b>	<b>RESULTADOS E DISCUSSÃO</b>	30
6.1	Instagram e publicações	30
6.2	Material Educativo Covid-19	36
6.3	Eventos Científicos	37
6.4	Artigos Publicados	40
6.5	Jornais e Sites	40

<b>7 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>42</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>43</b>
<b>Anexo 1.....</b>	<b>47</b>

## RESUMO

Atualmente, uma das melhores estratégias para disseminação de informação acerca da qualidade de alimentos são as mídias sociais, cujo uso por consumidores mudou as expectativas e aumentou questionamentos sobre comercialização e inocuidade dos mesmos. Esse trabalho objetiva relatar a experiência das atividades realizadas pelo projeto através da utilização da rede social Instagram com divulgação de conteúdo científico na área de ciência dos alimentos para realização de educação em saúde no intuito de combater as desinformações disseminadas na sociedade, como também demonstrar o alcance dessas informações virtualmente difundidas pelo perfil. Foi criada uma conta @farmalimentos na rede social Instagram e através da mesma ocorreram uma série de publicações em forma de *posts* com diferentes temas relacionados a alimentos, como: Mito ou verdade, Fraudes alimentares e “Você sabia?!”. Foram feitos, ao todo, 7 posts sobre fraudes alimentares, sendo eles: fraude na cereja em calda; no queijo grana padano; no café descafeinado; no azeite de oliva; em especiarias; no leite e na pimenta do reino. Também foram feitos 6 posts na temática “Você sabia?!” onde foram abordados temas como COVID-19 x Vitamina C; curiosidades sobre o arroz integral; aquecimento do tomate; uso integral do brócolis; formação de acrilamida e embalagem do leite. Além disso, tivemos 6 posts de Mito ou Verdade sobre remolho de grãos e leguminosas, aquecimento do azeite, consumo do ovo e a sua influência no colesterol, chás para emagrecimento, origem da vitamina B12 e consumo de leite cru. Em tempos de pandemia, elaboramos posts com temas voltados para informação e conscientização da população quanto à doença, assim como uma cartilha de higienização de alimentos em tempos de COVID-19. Os resultados obtidos com as publicações de fraudes alimentares somaram um alcance de 3.260 pessoas que tiveram acesso ao nosso conteúdo publicado. 3.466 pessoas acessaram os posts relacionados à temática do “Você sabia?”. O alcance das publicações na temática “Mitos ou verdades” foi somado, totalizando 2.973 contas na qual nosso conteúdo foi entregue. O maior acesso da nossa conta foi o *post* da Cartilha de higienização de alimentos em tempos de COVID-19, atingindo 1.286 usuários. Conclui-se que desde a criação da rede social @farmalimentos há um crescente número de acessos aos posts publicados, especialmente, aqueles relacionados à saúde e bem-estar populacional, temas relevantes que aumentam o engajamento da página. Sendo esperado, desta forma, estar contribuindo para disseminação de conhecimento científico de qualidade, facilitando a escolha dos seguidores da página por alimentos saudáveis, seguros para o consumo, com melhores formas de preparo, além da troca de informações sobre outros assuntos relacionados e pertinentes.

**Palavras-chave:** Alimentos; desinformações; divulgação científica; *posts*; redes sociais

## 1 INTRODUÇÃO

Desde sua criação no século XX a internet é um grande marco tecnológico e vem se reinventando com grandes inovações, o progresso da tecnologia possibilitou a invenção de computadores, smartphones, dentre outros que contribuíram e ainda contribuem para a comunicação entre as pessoas no mundo todo. De acordo com Lévy (1996) a internet é considerada um objeto de troca mútua, onde não é só adquirido conhecimento, como também é fornecido, gerando uma conexão correspondente entre todos que a utilizam, sendo um conteúdo explorado e produzido simultaneamente.

O desenvolvimento dessa tecnologia móvel concomitante com o uso de celulares e computadores possibilitou aos usuários funcionalidades, praticidades e agilidades para facilitar a execução de afazeres do dia, economizando tempo e contribuindo na rotina (RIBEIRO, 2018).

Por esse motivo, os números de usuários que utilizam da conexão vêm aumentando exponencialmente em todo território mundial. De acordo com dados do Ministério da Comunicação do Governo Federal a população brasileira se encontra mais conectada atualmente, uma Pesquisa Nacional por Amostras de Domicílios (PNAD) realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) mostra que 87,2% dos domicílios nacionais são usufrutuários de internet. Esse crescimento decorre do anseio das pessoas em obter comunicações, informações e todas utilidades proporcionadas pela internet e seus derivados (MINISTÉRIO DA COMUNICAÇÃO, 2021).

Tendo em vista o crescimento da internet e seu potencial transitável de acesso, a criação das redes sociais passou a ter um valor reconhecido, pelo fato de serem empregadas como principal fonte de compartilhamento instantâneo, se tratarem de ferramentas acessíveis vista por um público amplo e por serem usadas para divulgação de conteúdo, entretenimento e *marketing* digital. Nesse sentido, pensando em alcançar os usuários desse novo método de comunicação, a melhor maneira de disseminar informações relevantes, conhecimentos autênticos, com base científica é através da mesma (NIELSEN, 2010).

Por outro lado, com a atual modalidade de influenciar, divulgar e compartilhar conteúdos, é importante considerar a questão em relação às informações que são repassadas, por se tratar de um canal de rápido acesso elas são prontamente

espalhadas e podem desencadear problemas sérios relacionadas a saúde pública, como acontece com as notícias falsas promulgadas mundialmente por *fake news* (DE SOUZA et al. 2020).

Diante disso, De Souza e colaboradores (2020) afirmam que é de extrema importância que os profissionais de saúde invistam em criar e dispersar conteúdos com fundamento científico em educação e saúde com vocabulário acessível ao público leigo, a fim de contraditar as desinformações. Desse modo, o campo científico será o provedor, onde o conhecimento é adquirido, o profissional de saúde é a mediação onde esse conhecimento é entendido, analisado e estruturado e por fim repassado a população para serem aproveitados, com intuito de gerar uma boa repercussão na saúde e nos hábitos rotineiros, fornecendo uma outra visão do contexto doença e saúde.

Partindo do pressuposto que a divulgação científica por meio das redes sociais é uma das alternativas de combater as *fake news*, também é através delas que o mundo *fitness* e alimentação saudável ganha cada vez mais destaque nos olhares virtuais, desta forma, a busca pela estética e bem estar faz com que o crescimento de desinformações a respeito de alimentação saudável aliados às preparações desconhecidas seja um agravo para saúde da sociedade, por esse motivo, a atuação do profissional de saúde nos canais de disseminação de informações visa reduzir os problemas gerados na saúde pelas *fake news* compartilhadas (DELMAZO e VALENTE, 2018).

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 Importância da Ciência e Tecnologia de Alimentos

Não é de hoje que se sabe da importância que os alimentos desempenham na integridade da saúde dos indivíduos, tal fato caracteriza essas substâncias como essenciais para vida, são consumidos *in natura*, processados ou de outras formas de preparo, têm a finalidade de nutrir, suprir a fome ou simplesmente a vontade de comer. São fundamentais, pois fornecem macro e micronutrientes que são primordiais para estabelecer as funções vitais, como os carboidratos, proteínas, lipídios, sais minerais, vitaminas entre outros, diante de tamanha importância, se faz necessário o conhecimento a respeito da ciência e tecnologia dos mesmos (BELLITZ et al, 2009; BJELDANES e SHIBAMOTO, 2014).

Segundo a SBCTA (Sociedade Brasileira de Ciência e Tecnologia de Alimentos), a tecnologia de alimentos se trata da aplicabilidade de técnicas utilizadas para promover o preparo, armazenamento, processamento, correta embalagem, distribuição dos alimentos até serem consumidos. Já a ciência dos alimentos está voltada para estudos e pesquisa do alimento, suas características químicas, físicas, microbiológicas, bioquímicas e tecnológicas. Assim, por ser uma área totalmente multidisciplinar engloba um elevado número de profissionais e é encontrada desde a produção até o consumo do alimento. Os profissionais atuantes são conhecidos como cientistas de alimentos, através deles são obtidas as informações acerca de processamento e armazenamento de alimentos, como também exigências e necessidades do consumidor, a produção agrícola, desde a coleta da matéria-prima, onde começa a produção (GAVA, 1998).

Portanto, para que o alimento seja seguro utiliza-se desse conhecimento para entender a sua composição, por meio de estudos voltados às pesquisas, sendo importante essas etapas para detalhar as propriedades nutricionais, visando garantir questões como estabilidade, custo, processamento, valor nutricional, ausência de compostos tóxicos, conveniência, salubridade e padrões de segurança que possam ser exigidos e protocolados (BELLITZ et al, 2009; FENNEMA, 2010).

Com isso, a ciência de alimentos é uma área em constante crescimento, pois a questão voltada para os alimentos é mais do que só produzir, é necessário comercializá-lo em condições apropriadas e visualmente atraentes e isso envolve a produção do campo até às prateleiras. Pode-se considerar que o Brasil é um dos

maiores produtores mundial de alimentos, com um grande potencial econômico e em desenvolvimento contínuo, esse destaque de produção e exportação se dá pelo alto poder agrícola alcançado pela rica extensão territorial brasileira (SILVA, 2013).

Tendo em vista o potencial de produção que cresce momentaneamente e aumentar os lucros, uma meta das indústrias de alimentos é facilitar a vida do consumidor e para garantir a segurança, qualidade organoléptica atrativa e variedade de produtos se faz necessário atestar após a produção que nenhuma modificação, como as alterações microbiológicas, tenha ocorrido, para tal são usadas diferentes técnicas que aumentam a vida de prateleira dos alimentos, esses processos usados na fabricação conferem aos alimentos segurança nas etapas de produção, distribuição, estocagem, armazenamento e vendas nos estabelecimentos (FELLOWS, 2006).

No contexto atual que vivemos, a correria diária tornou frequente a necessidade de refeições rápidas como as opções prontas em prateleiras de supermercados e opções mais econômicas que não pesam o orçamento. Com essa demanda surgiram os famosos *fast food*, com eles as predileções por *delivery* tornam a alimentação saudável cada vez mais difícil. Porém, a conscientização da importância da segurança alimentar, vem crescendo junto com as preocupações da qualidade do alimento e sua manipulação. De modo que, uma parte da população evite essas refeições, por desconhecer seu preparo e higiene, optando por opções mais saudáveis. Uma vez que não é possível assegurar que nem todos os estabelecimentos alimentícios seguem os protocolos exigidos para manusear alimentos, podendo causar risco à saúde de seus consumidores (SOUZA, 2012).

De acordo com Fennema (2010), a seguridade dos alimentos e conformidade nutricional é de benefício público, ou seja, a produção, manipulação e processamento dos alimentos devem estar sob incessante mudança e análise, uma vez que todo e qualquer alimento precisa estar em boas condições microbiológicas e isento de qualquer contaminação de matéria química ou física que seja nocivo ao consumidor e a indústria de alimentos é a principal atuante na responsabilidade sob a sua produção alimentícia.



### 2.1.1 Indústria de alimentos

A indústria de alimentos é um dos maiores setores dentro das indústrias de produção. Segundo a Associação Brasileira de Indústria de Alimentos (ABIA, 2020), as indústrias brasileiras de alimentos e bebidas são as maiores do país, representam 10,6% do PIB brasileiro, sendo o Brasil o segundo maior exportador de alimentos industrializados do mundo, entregando a 190 países com uma produção de mais de 200 milhões de toneladas de alimento por ano. (Figura 1)

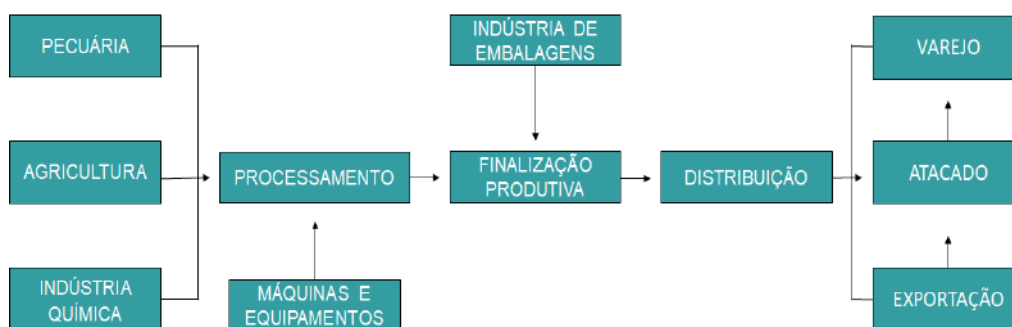
Figura 1. Dados das indústrias brasileiras de alimentos



Fonte: ABIA, 2021

No entanto, a indústria de alimentos possui uma relação direta com a agricultura e a pecuária, tendo em vista que o fornecimento de matérias primas para sua produção está vinculado a esses setores, insumos esses que custeiam cerca de 55% da produção total. Ademais, as indústrias não possuem relações somente com setor agropecuário, é necessário o vínculo com outros setores como os canais de distribuições, de embalagens, insumos químicos, máquinas e equipamentos, entre outras, como representa a Figura 2 (VIANA, 2018).

Figura 2. Fluxograma de produtividade na indústria de alimentos



Fonte: Adaptado de VIANA, 2018 *apud* Serasa Experian 2016

Pelo fato da rotina urbana e a praticidade, estão cada vez mais presentes na mesa dos brasileiros os alimentos industrializados, as carnes, pescados e seus derivados, laticínios, cereais, chás, cafés, os derivados de trigo, óleos e gordura, açúcares, derivados de frutas e vegetais somam mais de 80% dos alimentos industrializados consumidos nacionalmente (ABIA, 2021).

Tal dado indica um ganho de mercado para as empresas de alimentos que têm investido em tecnologia e processos automatizados para aumento de produtividade, desenvolvimento de novos produtos se adequando às novas tendências atuais, como produtos veganos, vegetarianos, *free-from* que são os livres de alguma substância, alimentos saudáveis considerados *fitness*, entre outros (BDO, 2017).

No entanto, para introduzir novas opções no mercado é fundamental que as etapas de produção estejam conforme as legislações vigentes de segurança alimentar. De acordo com Bellitz e colaboradores (2009), as análises feitas periodicamente nos alimentos, agregam técnicas analíticas tecnológicas para avaliações de composição dos alimentos, da matéria-prima, produtos finais, alterações de características durante a produção, embalagem, armazenamento e processamento. Para segurança dos alimentos essas análises são primordiais uma vez que existe um elevado risco de uma substância tóxica estar presente causando danos à saúde.

Pensando na saúde do consumidor e sua integridade, existem órgãos com normativas, diretrizes e políticas de organizações internacionais para que os alimentos sejam comercializados nacionalmente e globalmente com total segurança e qualidade da produção. Essas devem ser seguidas e supervisionadas, tendo em vista os regulamentos e políticas relacionadas. Algumas das regulamentações que são fiscalizadas são rotulagem nutricional, reivindicações de produtos, inspeção, classificação, autenticidade e, ainda, a prevenção de fraudes (NIELSEN, 2010).

A Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA, 2010), é órgão fiscalizador dessas regulamentações no Brasil, da produção, comercialização dos alimentos e também pela rotulagem nutricional, prezando o controle de qualidade e a vigilância de alimentos que serão comercializados para consumo, sendo um importante setor governamental de fiscalização. Devido a essa fiscalização, para evitar sanções, as indústrias passaram obrigatoriamente a cumprirem os regimes exigidos, para assegurar os padrões de qualidade.

Ademais, para atender as necessidades e exigências dos consumidores além de preservar as propriedades organolépticas dos alimentos, é importante o cumprimento da legislação alimentícia pelas indústrias e inspecionado pelos órgãos responsáveis, a fim de garantir ao consumidor a qualidade da matéria prima, o controle do processamento, contaminação de produtos e principalmente a prevenção de fraudes alimentares (FENNEMA, 2010).

### **2.1.2 Fraudes alimentares**

A fraude alimentar é um problema conhecido por chamar a atenção das autoridades responsáveis pelo controle de alimentos e ainda pelos consumidores que são ludibriados e expostos ao perigo da contaminação colocando em risco a saúde ao consumir um produto modificado ou adulterado. Logo, são essenciais averiguações por meio dos órgãos fiscalizadores para constatar as fraudes alimentares (FILIPE, 2019).

Com o passar do tempo a evolução dos tópicos relacionados a alimentos como a ciência e tecnologia de alimentos e química de alimentos, principalmente, tem sido um fator que favorece em partes no crescimento das adulterações de alimentos, considerando que a literatura disponível pode contribuir na desenvoltura de técnicas dos fornecedores para ações fraudulentas na composição de alimentos ou matéria prima, usando disso para se beneficiar financeiramente (FENNEMA, 2010).

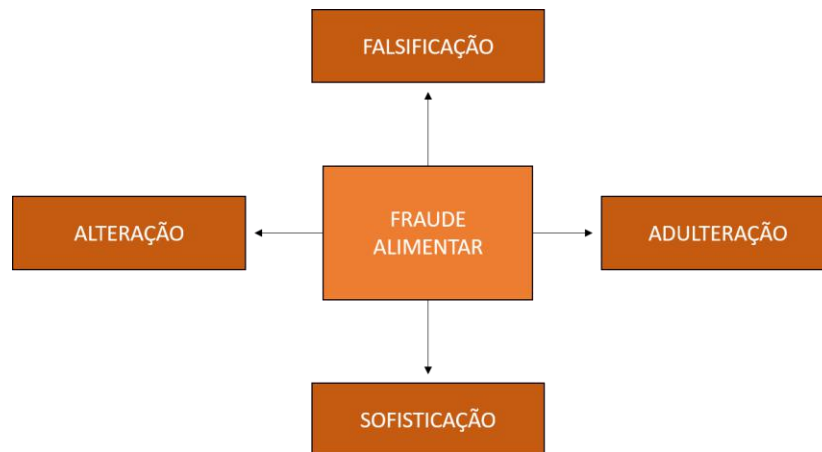
Nos últimos anos foram relatados inúmeros eventos de fraude alimentar, esse assunto, que se trata de uma questão antiga associada a alimentos, é visto como uma ação que põe em risco a segurança dos alimentos, a integridade dos alimentos, reduzindo a sua qualidade e também a confiança do consumidor nas produtoras dos mesmos. A intenção quando se fraudar algum produto não necessariamente é causar danos à saúde pública e sim obter ganhos financeiros ao substituir a matéria prima original por algo de uma qualidade inferior e de menor custo, não informando essa alteração em sua embalagem ou rótulo, considerando que a falta e/ou incorreta fiscalização facilita essas adulterações em alimentos (TEIXEIRA, 2018).

De acordo com o Art. 272 do Código Penal é considerado fraude reduzir valor nutritivo ou tornar nocivo à saúde ao falsificar, alterar, corromper ou adulterar qualquer substância ou produto alimentício destinado ao consumo. É um ato criminoso, pois se

trata de violar uma norma para se beneficiar financeiramente adulterando o produto de consumo tornando-o nocivo à saúde enganando os consumidores (ANVISA).

Santos (2017) relata que a fraude é um problema comum, sendo praticado até mesmo nos comércios que substituem carnes de corte superior por inferior para venda. Assim como, divergências no peso do produto, adição de água no leite entre outras, como fraudes em bebidas alcóolicas e de suplementos de proteína. Infelizmente, as fraudes alimentares estão cada vez mais sofisticadas e elaboradas do ponto de vista tecnológico, o que facilita que o consumidor seja cada vez mais enganado. Essas podem ser praticadas de diferentes formas e são divididas de acordo com sua ação em quatro grandes tipos de fraude (Figura 3).

Figura 3. Tipos de fraudes alimentares



Fonte: Adaptado de Moyer 2011; GFSI, 2014; FSIS 2014; Leathers 2014; Spink e Moyer 2011

A fraude por falsificação se faz pelo fato de enganar o consumidor com um produto com características e aparência semelhantes ao produto original, com a intenção de se passar por ele, mas com qualidade inferior, assim induzindo o consumidor ao erro por adquirir a cópia ao invés do produto legítimo. Da mesma maneira é a fraude por sofisticação, que pode ser considerada uma variação da falsificação, muito comum em bebidas alcóolicas, a embalagem e o rótulo são alterados para que o produto seja vendido e pareça ser autêntico (FIGUEIRA, 2018).

Adulteração em produtos é a fraude mais comum, onde ocorre a alteração dos produtos com a ação intencional humana, sem necessariamente ocorrer modificações sensoriais perceptíveis, o que limita que sua detecção ocorra apenas através de análises físico-químicas laboratoriais. Dentro dessa modalidade de fraude, há os subgrupos como: adição de uma substância proibida ou de qualidade desconhecida;

substituição e/ou remoção de ingredientes; omissão de constituintes; simular quantidade de alimento impressa na embalagem; reaproveitar produtos degenerados. Já a fraude por alteração é caracterizada pela modificação do produto sem atuação humana, ocasionado por agentes químicos, físicos, biológicos ou enzimáticos e ocorre devido a negligência, desinformação ou violação as normas de segurança estabelecidas para comercialização do produto, mas só é considerado fraude se o produto em questão for comercializado pelo estabelecimento ciente das condições degeneradas em que se encontra o alimento (FIGUEIRA, 2018).

As fraudes são praticadas majoritariamente pelo ganho financeiro ludibriando o consumidor na venda de produtos fraudados, geralmente os produtos mais caros são os mais propensos a fraude, já que o lucro proveniente da venda inalterado (real) nem sempre fornece uma boa margem de lucro (LEAL, 2019). Na Tabela 1 são apresentados os produtos que mais sofrem fraude alimentar e o tipo de fraude que é mais comum encontrar nesses alimentos.

No entanto, visando garantir a segurança dos alimentos, ingredientes alimentares ou embalagens de diversas ações dos fraudadores, são seguidos protocolos embasados nos conceitos de *Food Defense* (conduzido por causas ideológicas) e *Food Fraud* (conduzido por causas econômicas) como uma maneira de impedir que produtos fraudados, contaminados e inseguros ao consumo sejam comercializados causando danos à saúde pública

Essas medidas de prevenção e fiscalização são importantes para o consumidor, visto que, na maioria das vezes só é possível perceber irregularidades no alimento após consumi-lo (CORREIA, 2018). Porém, existe a possibilidade de alertar o consumidor com informações relevantes acerca desse assunto por meio das mídias sociais que são usadas atualmente.

Tabela 1. Produtos que mais sofrem fraude alimentar e o tipo mais comum de fraudes praticadas nestes.

<b>Produto</b>	<b>Tipo de fraude</b>
<b>Peixes</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Substituição de espécie;</li> <li>2. Aditivos proibidos, que retém água no produto;</li> <li>3. Peixes criados em aquicultura e vendidos como cultura selvagem.</li> </ol>
<b>Produtos cárneos</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mistura de espécies diferentes com a declarada;</li> <li>2. Aditivos proibidos adicionados.</li> </ol>
<b>Produtos lácteos</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Queijo de cabra produzido com leite de ovelha ou vaca;</li> <li>2. Adição de leite de vaca no leite de cabra;</li> <li>3. Adição de água, amido e peróxido de hidrogênio e excesso na tentativa de correção de uma condição insalubre.</li> </ol>
<b>Azeite virgem</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Adição de outras gorduras vegetais refinadas não declaradas.</li> </ol>
<b>Vinho</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Adição de água e açúcar no produto;</li> <li>2. As aguardentes vínicas são adulteradas com destilados de frutos mais baratos como a maçã;</li> <li>3. Falsificação do tipo de uva;</li> <li>4. Origem ou rótulo adulterados.</li> </ol>
<b>Especiarias</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Adição de farináceos para aumento de volume.</li> </ol>
<b>Café</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Adulteração da origem;</li> <li>2. Denominação orgânico incorreta;</li> <li>3. Adição de substâncias de valor inferior, por exemplo adição de galhos, pedras e palha de milho para aumentar o peso aparente.</li> </ol>
<b>Chá</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Adição de corantes ou de substâncias de valor inferior, por exemplo casca de castanha de caju moída.</li> </ol>
<b>Mel</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ocorre a adição de açúcar e glucose de milho;</li> <li>2. A origem é diferente da declarada.</li> </ol>
<b>Néctares de fruta</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Diluição com água e açúcar;</li> <li>2. Adição de aromas e sabores sintéticos;</li> <li>3. Adição de corantes.</li> </ol>

Fonte: Adaptado LEAL, 2019; *Apud* AFN Staff Writers, 2016

## 2.2 Uso das mídias sociais

Com a evolução tecnológica as mídias sociais têm sido cada vez mais utilizadas pelas pessoas de todos os gêneros, classe social e faixa etária, elas vêm exercendo uma forte influência na formação de opiniões, no comportamento e estilo de vida por meio de disseminação de conteúdos midiáticos. São consideradas campos interativos de fácil acesso com comunicação rápida, podendo ser aplicada como uma ferramenta para educação em saúde, entregando um conhecimento seguro para a sociedade, dessa forma, proporcionando qualidade de vida melhor (DE ALMEIDA et al, 2018).

Tal fato se justifica pela visibilidade que as redes sociais possuem no Brasil e no mundo, sendo a segunda mídia mais vista no país, perdendo apenas para televisão. Para maioria dos usuários o acesso é principalmente através de aparelhos móveis, como os *smartphones*. Considerando a facilidade e praticidade de acesso se explica a existência de mais de 200 milhões de aparelhos de posse dos brasileiros (PINTO, 2019).

O uso de *smartphones* vinculados a internet ganhou o mundo após a chegada das redes sociais, pois possibilita aos usuários uma grande quantidade de informações vinda do Facebook®, Twitter®, Instagram® entre outras. Essas atualmente caracterizam-se como as páginas da internet mais acessadas e com maior número de usuários. Porém, o Instagram® se destaca devido ao seu crescimento considerável em curto espaço de tempo (AGUIAR, 2018; PINTO, 2019).

### 2.2.1 Rede Social Instagram®

O Instagram foi criado, em 2010, pelos desenvolvedores americano Kevin Systrom e pelo brasileiro Mike Krieger e no mesmo dia de lançamento se tornou o aplicativo mais baixado (NEVES e COUTINHO, 2016). A rede social Instagram® se tornou popularmente conhecida por disponibilizar aos seus usuários interações por compartilhamento diário de momentos através de fotos, vídeos, textos utilizados como legendas e *emojis* como complemento, tendo a possibilidade de postar em forma de *stories*, *feed* e a mais nova modalidade chamada de *reels*. O Instagram foi uma das principais redes com exclusividade de acesso por celular, porém hoje tem uma versão mais limitada disponibilizada para *desktop* (APROBATO, 2018; VOLPATO, 2021).

O Instagram® é uma rede muito usada pelos brasileiros, possuindo cerca de 110 milhões de usuários, foi a 4º rede social mais usada no Brasil em 2021. Desde

que foi comprado pelo grupo Meta dono do Facebook® obteve atualizações interessantes para interação, como postar fotos com filtros e proporções diferentes, *stories* com opção para melhores amigos, caixa de perguntas, enquetes dentre outras (VOLPATO, 2021). Ao criar uma conta chamada de perfil ou *ID* de usuário, a principal interação começa no “seguir” e ser “seguido” como é chamado aquele amigo e/ou conhecido ou ainda aquela pessoa que acompanha ou é acompanhado pelas publicações, desta forma, pode ocorrer comunicação e interações através de *likes*, curtidas, comentários, compartilhamentos e outras opções.

Apesar da alta possibilidade de interação e visibilidade proporcionada pelo Instagram, também existe o lado negativo dessa grande velocidade de difusão que tem as desinformações e os perfis de *influencers fitness* que compartilham rotinas pessoais e aparência física afetando a saúde mental e autoestima de muitas pessoas que os assistem, visto que, a realidade do padrão de vida e condição financeira na maioria das vezes é inacessível para o público em geral (DA SILVA et al., 2019).

### **2.2.2 Influenciadores digitais nas mídias sociais**

Não é de hoje que a influência das publicações nas redes sociais sobre os utilizadores e seu comportamento vem sendo observado. E o poder de persuasão que elas possuem na forma de vida dos indivíduos, principalmente nas práticas alimentares. Uma pesquisa realizada por Vaterlaus et al. (2015) mostrou como a apetite e escolhas alimentares são influenciados por *post* de apresentação de alimentos na rede social. Isso afirma o quanto o sentido da visão pode interferir nos desejos individuais e na fome quando se está exposto a imagens de alimentos.

E esse é o objetivo da “nova profissão” que hoje é conhecida como influenciadores digitais, são reconhecidos por números de seguidores e usam o seu perfil nas redes sociais para influenciar, expondo estilo de vida, rotina e hábitos alimentares para que os usuários sejam motivados a agirem e consumirem de acordo com o que eles ditam. Esses exercem um grande impacto em seus nichos e geram amplos engajamentos, pois, são formadores de opiniões idolatrados como modelos de comportamento e inspirações a serem acompanhadas (GRIEGER e BOTELHO-FRANCISCO, 2019).

Toda essa influência chama atenção das marcas, inclusive o setor alimentício para propagandas incentivando o consumo de seus produtos (GOMES, NEVES e



PEREIRA, 2019). As informações divulgadas de forma acelerada por influenciadores não atuantes na área da saúde podem se tornar uma problemática na sociedade. Com isso, cresce a necessidade de difundir conteúdos por profissionais de saúde de modo a enfatizar a relevância da divulgação científica nas mídias sociais freando as desinformações.

### **2.2.3 Relevância da divulgação científica nas mídias sociais**

O acesso da população ao conhecimento baseado na ciência é conhecido como divulgação científica, muito utilizada nos tempos atuais, principalmente desde o início da pandemia. A divulgação científica nas redes sociais não tem importância apenas para divulgar o estudo dos pesquisadores, mas também para conectar a comunidade com a ciência, utilizando como ferramenta os meios digitais disponíveis para prática educacional além dos métodos tradicionais (MAROSTICA, 2020).

Atualmente, com o avanço da ciência tecnológica o acesso do público ao conhecimento pode ir muito além da sala de aula. E o desenvolvimento da ciência depende dessa circulação de conhecimento produzido. A utilização das redes sociais associada a criatividade e linguagem acessível na transmissão de dados científicos é a forma mais viável de atingir um maior número de pessoas, assim beneficiando a sociedade e mostrando o valor dos cientistas. Por esse motivo, se justifica a utilização da internet e suas redes sociais aliadas ao conhecimento adquirido pelos profissionais para reduzir o compartilhamento de desinformações, aumentando o acesso a conteúdo de qualidade com respaldo da ciência (DE SOUZA BEZERRA et al. 2021).

## **2.3 Atividades de extensão na Universidade**

As universidades exercem grandes contribuições na formação de uma sociedade, atuando principalmente na construção de conhecimento. A extensão universitária é uma das ferramentas utilizada para oferecer um contato mais próximo ao corpo social, através dela podem ser desenvolvidas ações socioeducativas com diálogos e orientações, afim de reduzir as desigualdades existentes. A extensão é uma modalidade de ensino que proporciona um conhecimento diferenciado com foco social. Ela fornece benefícios por meio de ações construtivas para melhoria na qualidade de vida para a sociedade e para o corpo acadêmico que realiza as atividades extensionistas na universidade. Com a troca de conhecimento existente

nas ações de extensão, o ensino rompe as barreiras da sala de aula, estoura as bolhas do âmbito universitário e consegue atingir de fato o ambiente original. Como resultado, o conteúdo torna-se diverso, multi e interdisciplinar (RODRIGUES et al. 2013).

Porém, para Carbonari e Pereira (2007), o grande desafio da extensão é repensar a relação entre ensino e pesquisa e as necessidades da sociedade, identificando a contribuição da extensão para o aprofundamento da consciência cívica e a efetiva transformação da sociedade. A extensão inclui prestar auxílio à sociedade e contribuir para o avanço dos cidadãos. Compreender a relação entre extensão e sociedade é uma visão fundamental que pode melhorar a qualidade da assistência prestada às pessoas.

### 3 JUSTIFICATIVA

A internet e as redes sociais possibilitaram a expansão em relação à facilidade de oportunidade de comunicação, interação e compartilhamento de conteúdo. Sob esse viés, nas últimas décadas o uso das mídias sociais tem crescido e englobado diversas áreas socioeconômicas e educacionais, tendo em vista seu emprego por meio de entretenimento, *marketing* digital, divulgação de trabalho por profissionais de diferentes campos de atuação e disseminação de conhecimentos de caráter informativo ou educacional.

Ademais, na internet existem os *influencers* que usam do seu poder de persuasão para ganhar a credibilidade dos seguidores a fim de que adotem seus serviços e publicidade para conquistarem um estilo de vida mais saudável. No entanto, esses nem sempre apresentam a qualificação profissional desejável para a atuação na área da saúde e divulgam conteúdos a respeito da alimentação, emagrecimento e saúde sem levarem em consideração a individualidade, tendo como propósito se beneficiarem financeiramente.

Sob essa perspectiva, é considerável a influência das redes sociais no comportamento alimentar, bem como os impactos negativos à saúde da população advindas da propagação de desinformações na internet. Essas, rapidamente alcançam pessoas de localizações diferenciadas devido ao fato dos usuários não buscarem a procedências das informações antes de compartilharem o conteúdo, tornam-no um problema de saúde pública, justamente pelo acesso à internet ser universal.

Com isso, é preciso o posicionamento de profissionais da saúde no Instagram e outras redes sociais a fim de desmistificar as *fake news* associadas a alimentos e ao estado nutricional com base em evidências científicas, tendo em vista o potencial dessa ferramenta em alcançar de forma ampla milhares de pessoas com diferentes níveis de escolaridade e socioeconômico. Assim, foi criado em outubro de 2019 o projeto de extensão intitulado Farmalimentos, constituído por 4 docentes e 6 discentes da UFRJ-Macaé com intuito de combater as desinformações, sendo uma forma viável para o compartilhamento adequado de informações a respeito da ciência dos alimentos, para auxiliar a população.

## **4 OBJETIVOS**

### **4.1 Objetivo Geral**

Relatar a experiência das atividades do projeto realizadas com a utilização da rede social Instagram® para divulgação de conteúdo científico na área de ciência dos alimentos para realização de educação em saúde no intuito de combater as desinformações disseminadas na sociedade, como também demonstrar o alcance dessas informações virtualmente.

### **4.2 Objetivos Específicos**

- Criar e personalizar a conta pública do Instagram®, (@farmalimentos) na categoria Faculdade e Universidade;
- Produzir conteúdo em forma de *posts para* auxiliar a população;
- Destacar e analisar a estatística do alcance dos posts e material publicado por meio das métricas disponíveis no Instagram® (alcance, comentários, curtidas, compartilhamentos);
- Analisar o perfil dos seguidores da página;
- Apresentar diversos materiais educativos produzidos pelo grupo e publicados no perfil @farmalimentos;
- Discutir outros materiais científicos elaborados pelo grupo que auxiliam na divulgação e difusão das ações do perfil @farmalimentos.

## 5 MÉTODOS

### 5.1 Perfil Farmalimentos

Ao iniciar as atividades do projeto os escopos propostos foram: compartilhar informações sobre alimentos com linguagem acessível a fim de trazer novos conteúdos da área de alimentos, instruir a população quanto à importância da escolha dos alimentos saudáveis, além de evitar a ocorrência de *fake news*, com base em evidências científicas. Com a intenção de atingir o público em geral, não houve um direcionamento de público específico, podendo ser acessado por qualquer pessoa, sem nenhuma restrição, necessitando somente utilizar a rede social em questão.

Sob essa perspectiva, foi criada pela equipe uma conta pública no aplicativo Instagram® pelos alunos do curso de Farmácia da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), campus Macaé, com ID de usuário nomeado @farmalimentos, a denominação “farma + alimentos” que tem o desígnio de evidenciar algumas informações importantes na área de alimentos por futuros profissionais farmacêuticos. Dessa maneira, o presente estudo é quantitativo e qualitativo, com abordagem de caráter analítico observacional, envolvendo a rede social Instagram®.

Uma logomarca foi idealizada em imagem com características como figuras de alimentos e medicamentos associando diretamente ao perfil para que seja reconhecido facilmente a página e o conteúdo divulgado nela.

### 5.2 Quadros do perfil Farmalimentos

Nossas publicações são divididas em 3 quadros, sendo titulados “fraude”, “mito ou verdade” e “você sabia?”. Para selecionar os temas que serão abordados em cada quadro são realizadas reuniões periódicas, seguido da escolha aleatória das duplas de discentes para produzir o texto. Além disso, as imagens que são postadas também são criadas pelos discentes através do aplicativo Canva® ([https://www.canva.com/pt\\_br/](https://www.canva.com/pt_br/)).

Sendo assim, é feita a pesquisa de campo por artigos na temática proposta nas plataformas de busca Scielo, Periódicos Capes e Google Acadêmico. Os critérios de inclusão para otimizar a seleção de artigos são restritos aos idiomas português e inglês, tendo em vista a considerável relevância dos trabalhos publicados nessas linguagens, considerando o ano de publicação, não há um ano limítrofe para a busca.

São excluídos artigos que não atendem aos quesitos estabelecidos anteriormente e que apresentem temas não vinculados ao assunto central buscado.

Após ser formulado, o texto é enviado para o grupo de professores orientadores do projeto para correção. O quadro fraude é realizado com intuito de informar a principal intenção ao fraudar, quais são os alimentos mais passíveis de ações fraudulentas e suas adulterações, onde os fraudadores atuam no processo produtivo de cada alimento, seus riscos à saúde do consumidor, como evitar ser ludibriado, quando é possível identificar fraude sem métodos analíticos.

O quadro mito ou verdade é destinado a sanar as dúvidas que surgem no dia a dia da população, as famosas *fake news* compartilhadas e ainda aqueles assuntos discutidos na sociedade e solucionar se é verdade ou mito aquela informação propagada.

Você sabia? é o quadro criado para esclarecer alguma utilização, benefício nutricional ou algo comumente desconhecido sobre determinado alimento, a intenção do *post* é indagar o leitor.

### **5.3 Alcance dos posts e materiais produzidos**

Para a análise dos posts compartilhados os critérios de avaliação estabelecidos pelo projeto foram os algoritmos que o próprio Instagram® fornece (número de seguidores conquistados para o perfil, números de compartilhamento, salvamento, curtidas, visualizações dos *posts* criados, *reels*, IGTV), números de acessos aos materiais complementares elaborados, a visibilidade alcançada com as publicações, participações em eventos científicos e também através da interação por meio das ferramentas disponíveis e dúvidas por *direct*.

### **5.4 Análise do perfil dos seguidores da página**

Para conhecer o perfil de seguidores da página foi feita uma observação dos dados disponibilizados pela mídia social em questão, foi acessado o tópico *insights* no aplicativo e *em* seguida foi selecionado o tópico seu público, assim ficou visível informações como faixa etária, gênero e localização dos usuários que acompanham a conta do Farmalimentos.

## 6 RESULTADOS E DISCUSSÃO

### 6.1 Instagram e publicações

A realização do projeto é mensurada através da produção de conteúdo didático em forma de *posts* com informações relevantes para serem divulgados no perfil (Figura 4), publicação de artigos, realização e participação em eventos científicos, trabalhos apresentados em congressos e jornadas científicas relacionados às atividades praticadas no perfil do Instagram®.

Figura 4. Perfil Farmalimentos criado na rede social Instagram®.



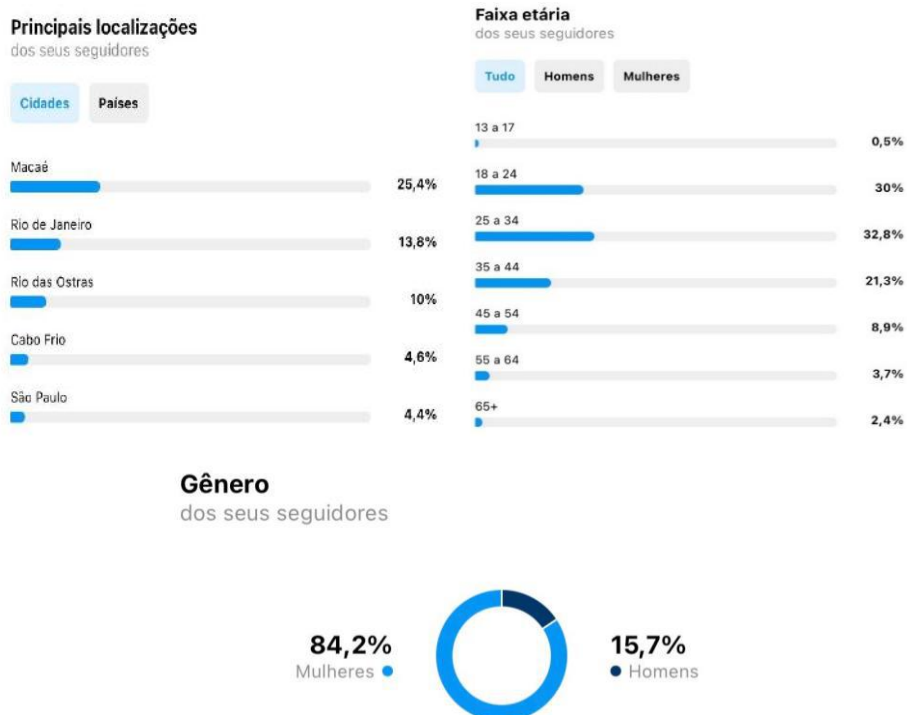
Logomarca criada para utilização exclusiva do grupo, sendo possível identificar o perfil nas redes sociais, o projeto e suas atividades (Figura 5).

Figura 5. Logo Farmalimentos



A análise de dados do perfil dos seguidores da página é disponibilizada pelo Instagram, por ser uma conta pública e voltada para divulgação, sendo possível conhecer cidade, faixa etária, gênero e períodos mais ativos dos usuários (Figura 6).

Figura 6. Perfil dos seguidores do Farmalimentos



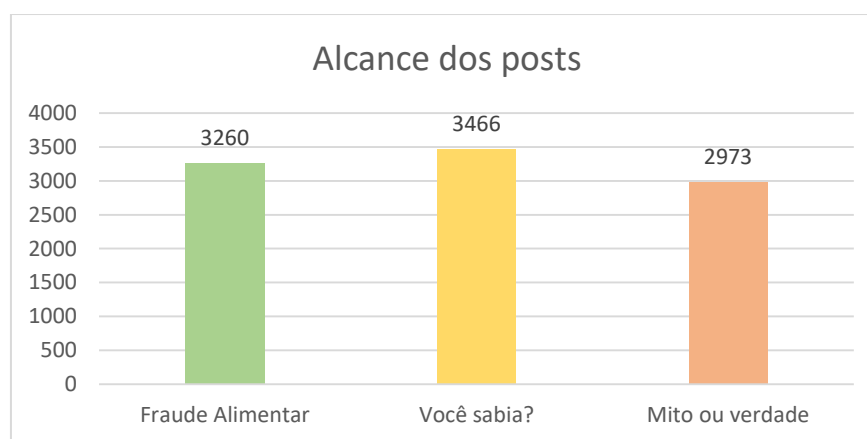
Do total de seguidores o maior percentual de 25,4% está localizado no município de Macaé, tal fato pode ser justificado pelo local em que está situada a UFRJ-Macaé a qual o projeto está inserido, seguida pela cidade do Rio de Janeiro com 13,8% que também está localizada a UFRJ (Fundão) e Rio das Ostras com percentual de 10%, sendo a cidade vizinha mais próxima de Macaé. Já na faixa etária o maior percentual atingido foi em torno de 84% na idade de 18 a 44 anos, considerando que as redes sociais, principalmente o Instagram tem um forte alcance entre o público de 18 a 34 anos (62,8%). Os indivíduos com faixa etária de 35 a 44 anos (21,3%) demonstram interesse na página possivelmente por se preocuparem mais com uma alimentação melhor, esse fato pode estar relacionado à incidência de doenças crônicas que surgem com avanço da idade, neste caso, uma alimentação saudável pode ser utilizada como fator preventivo. (DE ALMEIDA et al, 2018).

Devido aos padrões de beleza pré-estabelecidos pela sociedade, a busca pelo corpo sarado e bonito está enraizada nas mulheres. De acordo com Teo (2010) e Goldenberg (2006) o espaço voltado para estética e aparência física, além da preocupação com a saúde e bem-estar mostra ser dominado pelas mulheres, seja dentro ou fora das redes sociais, desse modo se explica o motivo dos usuários que acompanham o perfil do Farmalimentos ser majoritariamente feminino (84,2%).



Esse público predominantemente feminino compõe os 682 seguidores (dado coletado no momento da escrita deste trabalho) ativos do Perfil @farmalimentos, que possui publicações voltadas para as temáticas “fraudes alimentares”, “você sabia?” e “mito ou verdade” além da cartilha Higienização de alimentos em tempos de Covid-19. O alcance dos 7 *posts* sobre fraude alimentar atingiu um total de 3.260 contas, as 6 postagens relacionadas ao tema “você sabia?” foi acessada por 3.466 pessoas. Além disso, no quadro “mito ou verdade” a qual teve 6 publicações feitas foi visualizada por 2.973 usuários (Gráfico 1).

Gráfico 1. Alcance dos posts do perfil pelos usuários do Instagram



Como destacado no Gráfico 1, a soma das publicações realizadas pelo perfil do Farmalimentos alcançou mais de oito mil usuários do Instagram. Aos quais se destacam *posts* com conteúdo informativos a respeito de fraudes alimentares que atuam diretamente na conscientização e prevenção de fraudes em alimentos. Uma vez que a autenticidade de produtos alimentícios se tornou uma pauta de grande discussão, pois a prática de fraudes é frequente nos alimentos e pode acarretar danos na saúde do consumidor.

Dentre os quadros realizados no perfil o que mais se destacou com o público foi o “Você sabia?”. Essas publicações fornecem ao leitor conteúdos que auxiliam em escolhas mais saudáveis, informações sobre determinada propriedade de um alimento para saúde, curiosidades de embalagens, bem como dicas de preparo para aproveitar o máximo de nutriente dos alimentos. Isto se torna importante quando o cenário mundial é evidenciado pelas alterações nas práticas alimentares da sociedade globalizada e dos constantes avanços das indústrias alimentícias. Sendo assim, o uso das mídias sociais para compartilhar o conhecimento, por meio de *posts* informativos,

pode ser uma prática eficaz na luta contra o surgimento de doenças relacionadas à má alimentação da população brasileira (FLOROS et al., 2010; NEVES e COUTINHO, 2016). A temática “Você sabia?!” até o momento da análise de dados havia 6 postagens (Figura 7), com um alcance de mais de três mil usuários.

Figura 7. Posts da temática “Você sabia?!”



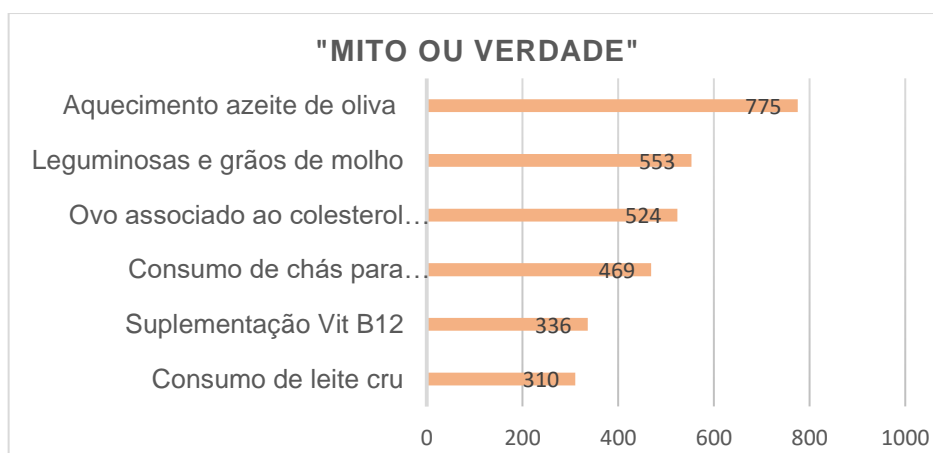
E dentre essas postagens a de maior engajamento com o perfil foi Covid-19 x Vitamina C (Figura 8) com 29 compartilhamentos e 75 curtidas, devido a pandemia do novo *Coronavírus* em consequência a quarentena que proibiu o contato físico, ficando limitado à internet a comunicação e a busca por informações, aumentando as chances do contato com as notícias/postagens vagas e sem credibilidade, isso mostra a importância de informações relevantes com fundamentos científicos e linguagem acessível para que a população tenha acesso e propague esses conteúdos de maneira segura (NETO et al., 2020; DE SOUZA et al.,2020).

Figura 8. Post Covid-19 x Vitamina C e interações da publicação



Além disso, os posts cujos temas estão relacionados a “Mitos ou Verdades” também alcançaram um número de usuários significativos (Gráfico 2). Destaca-se a função relevante desse tipo de publicação, uma vez que possibilita o usuário ter acesso a informações confiáveis, relacionadas às práticas populares já consolidadas na sociedade desvendando o que muitas vezes são contestadas nas postagens, por falta de evidências científicas que as justifiquem.

Gráfico 2. Postagens “Mito ou Verdade”



O post com maior interação dentre essa temática foi acerca do aquecimento do azeite de oliva. O azeite de oliva é muito utilizado na cozinha dos brasileiros, gerando inúmeras dúvidas aos consumidores se é realmente a melhor opção para uso em caso de preparo de alimento com aquecimento em altas temperaturas por longo tempo, como é no caso das frituras, justificando a interação do post. Além disso, o azeite de oliva possui grandes propriedades como sabor característico apreciado, é um produto

de alto valor comercial sendo um dos alimentos mais passíveis de fraudes alimentares (NOGUEIRA-DE-ALMEIDA et al., 2015; POMBO, 2015).

O quadro intitulado “fraude alimentar” obteve um retorno excelente do público, com 7 publicações (Figura 9) foi o segundo tema mais visualizado e curtido pelos seguidores do perfil. Considerando a notoriedade que as fraudes alimentares têm para a saúde pública a construção dessas publicações são interessantes para que as pessoas saibam como ocorre, quais são os alimentos mais propensos as fraudes e as formas mais usadas pelos fraudadores para lucrar ludibriando o consumidor. Um exemplo bastante discutido entre os seguidores com maior interação, sendo eles 19 comentários, 104 curtidas, 9 compartilhamentos e 13 salvamentos foi a publicação de fraude na pimenta-do-reino, uma importante especiaria comercializada no mundo todo que é fraudada com semente de mamão (SOUZA, 2017).

Figura 9. Publicações de fraude alimentar e interações do maior alcance



Com a repercussão dos *posts* podemos dizer que o uso de redes sociais para divulgação científica tem se tornado eficiente. Uma vez que esse tipo de atividade virtual proporciona uma grande difusão de informações. Além disso, essas iniciativas podem ajudar as pessoas leigas a encontrar bons conteúdos produzidos por profissionais de saúde e assim invalidar as notícias falsas, o que é muito comum em ambientes virtuais. Com acesso a informação, a ciência acaba ajudando a formar cidadãos mais críticos. Nessas condições, a universidade, como ambiente voltado não só para o ensino, mas também para as atividades de pesquisa e extensão, tem a responsabilidade de promover ações voltadas para a população. Ou seja, divulgar a ciência por meio da rede social Instagram, para que haja uma integração melhor com o público externo (DE SOUZA BEZERRA et al., 2021).

## **6.2 Material Educativo Covid-19**

Em 2020, com a pandemia da COVID-19, que atingiu milhares de vítimas ao redor do mundo, pouco se conhecia sobre as formas de transmissão do vírus. Nesse momento, surgiram inúmeras dúvidas pela população se o vírus podia ser transmitido nos alimentos e sobre como higienizar os mesmos nesse cenário (KAMPF et al., 2020). Sendo assim, em maio de 2020 foi elaborado e divulgado no perfil uma cartilha informativa intitulada “Higienização de Alimentos em Tempos de Covid-19 (Anexo 1)”, com informações de fácil leitura e entendimento sobre a higienização dos alimentos e superfícies destinado a população em geral, resultando em um dos principais destaques dentre as postagens do grupo, devido ao receio à nova doença pandêmica.

Os 4 posts relacionados a COVID-19 (Figura 10) tiveram mais de dois mil usuários alcançados, o de maior acesso da nossa conta, atingindo 1.286 usuários foi a Cartilha (Anexo 1). Para melhor interação e entendimento do conteúdo apresentado na cartilha foi gravado e publicado um vídeo no IGTV (Anexo 1), no qual demonstrava a forma correta de higienizar os alimentos, esse obteve 232 visualizações.

Figura 10. Publicações relacionadas a COVID-19



Por meio do levantamento gerado pelo *linktree*, foi possível observar que a cartilha obteve 712 *clicks* pelo *link* disponibilizado na biografia da conta Farmalimentos no Instagram®. Esses números mostram o quanto a população necessita de informações seguras de fácil acesso para consultar em caso de dúvidas, principalmente em momentos deploráveis como uma situação pandêmica.

### 6.3 Eventos Científicos

Para mais, o projeto Farmalimentos, juntamente com outros projetos da universidade realiza eventos científicos sobre temas de relevância na área de alimentos, com o intuito de propagar conhecimentos. Com a quarentena foi possível a realização de forma virtual do I Ciclo de Palestras dos Projetos Integrados: aplicabilidade clínica da Fitoterapia, em maio de 2020. Os alunos deste projeto se envolveram na atividade, compondo a comissão organizadora do evento, auxiliando na seleção dos temas a serem abordados, escolhas dos palestrantes, divulgação, confecção de certificados e etc. (Figura 11).

Figura 11. I Ciclo de Palestras dos Projetos Integrados

**I Ciclo de Palestras dos Projetos Integrados: Aplicabilidade Clínica da Fitoterapia**

**Datas:**

- 26/05 - 16h às 18h  
A importância das Bases da Fitoterapia na Prática Clínica - Prof. Dr. Felipe Cardoso
- 28/05 - 13h30min às 15h50min  
Liga Acadêmica de Plantas Mediciniais, Panos e Fitoterapia
- 01/06 - 16h às 18h  
Fitoterapia, Óleos Vegetais e Imunidade - Prof. Dr. Mariana Sarto
- 03/06 - 16h às 18h  
Aplicabilidade da Fitoterapia na Ansiedade e Emagrecimento - Nutricionista Marcela Leje
- 05/06 - 16h às 18h  
Fitoterapia e Modulação Intestinal - Prof. Dr. Ana Luiza Faller

Link para inscrições no site

REALIZAÇÃO:

Com o sucesso e a boa repercussão gerada do I Ciclo, os projetos envolvidos decidiram produzir o II Ciclo, intitulado “II Ciclo de Palestras dos Projetos Integrados: Assistência Multiprofissional de Pacientes Críticos com COVID-19”. O segundo evento aconteceu nos meses de junho e julho de 2020, também de forma *on-line* devido a pandemia. Os integrantes do projeto Farmalimentos atuaram em conjunto com a equipe de outros projetos na comissão organizadora, exercendo as mesmas atividades e responsabilidades do I Ciclo (Figura 12).

Figura 12. II Ciclo de Palestras dos Projetos Integrados

**II Ciclo de Palestras dos Projetos Integrados: Assistência Multiprofissional de Pacientes Críticos Com COVID-19**

**Datas:**

- 25/06 - 16h às 18h  
Terapia Nutricional no Paciente Crítico Com COVID-19 - Profa. Dra. Mariana Catta Preta
- 02/07 - 16h às 18h  
Saúde Mental: Emoções experimentadas a partir da vivência de casos críticos de COVID-19 - Psicóloga Alessandra Araújo
- 09/07 - 16h às 18h  
Capacitação para Equipe Assistencial em Terapia Intensiva na Pandemia de COVID-19 - Prof. Roberto Lyra
- 15/07 - 18h às 20h  
Marcadores Prognósticos e Possíveis Tratamentos na COVID-19 - Dr. Gleison Marinho
- 16/07 - x  
xxxx - Felipe Ferreira Carega
- 23/07 - x  
Serviços Farmacêuticos: Desafios e Estratégias em Tempos de COVID-19 - Leandro

Link de inscrição por direct

REALIZAÇÃO:

Ademais, o projeto participa frequentemente de eventos científicos como Congresso Brasileiro de Ciência e Tecnologia de Alimentos, 2020 onde foi apresentada todas atividades realizadas no perfil e sua finalidade de criação com título “Farmalimentos - Difundindo digitalmente o conhecimento acerca de ciência e tecnologia, higiene e fraude de alimentos”. E o IX Congreso Nacional de Extensión VIII Jornadas de Extensión del Mercosur, 2021 sendo submetido um vídeo sobre rotulagem para que participantes do congresso pudessem assistir e em seguida o projeto foi representado por uma aluna bolsista na mesa redonda para uma conversa de forma remota com mediadores e outros extensionistas.

Além desses, a edição do Inverno com Ciência, UFRJ & SOCIEDADE compartilhando saberes 2020, apresentando “Mitos e verdades: o projeto Farmalimentos auxiliando a população a desvendar mitos e fraudes alimentares”. Duas edições do Festival do Conhecimento-UFRJ Universidade Viva, 2020 com o “Conhecendo o projeto FARMALIMENTOS” e Futuros Possíveis, 2021 titulado como “Atividades Interinstitucionais dos cursos de Farmácia da UFRJ - Macaé e UFMS” ambos apresentados no canal do *YouTube* do evento para que qualquer pessoa pudesse assistir acessando o *link* do mesmo que foi previamente disponibilizado.

De acordo com Carvalho-Souza e colaboradores (2008) a organização de um evento científico é uma ação primitiva, que começa desde a ideia do evento até o encerramento, exigindo dos organizadores um bom gerenciamento e trabalho de equipe para que as atividades propostas aconteçam conforme o planejado, evitando erros e transtornos posteriores que possam comprometer a confiabilidade do grupo organizador. E a participação nesses eventos científicos é essencial para construção ideias, trocas de conhecimento entre a sociedade acadêmica e a população, fazendo com que as experiências adquiridas no contato com profissionais agreguem na formação dos futuros profissionais atuantes na área de saúde.

No mais, há grandes parcerias com outros projetos de extensão do Campus UFRJ/Macaé, com projetos do curso de Nutrição, com os quais organizamos eventos científicos acerca das temáticas discutidas pelos projetos e com projetos do próprio curso de Farmácia, onde, conjuntamente, prepara-se materiais para divulgação científica *on-line*, como vídeos educativos e cartilhas. Atualmente, o Farmalimentos também trabalha no sentido de formalizar parcerias com projetos extensionistas de outras Instituições para produção de mais materiais para divulgação.



Como aconteceu em 2021, o projeto realizou parceria com o projeto de extensão Semáforo Nutricional e elaborou um material educativo, no formato vídeo (Anexo 1), com o tema Entenda o Novo Rótulo Frontal. Esse vídeo foi utilizado em aula sobre Consumo e Saúde Pública, da disciplina Tópicos em Farmácia IV (Código: 2601.000.319-5), do curso de graduação em Farmácia, da Universidade Federal do Mato Grosso do Sul - FAFAN/UFMS.

#### **6.4 Artigos Publicados**

Em 2020 foi o ano que o Farmalimentos ganhou mais visibilidade, com menos de um ano de sua criação foi reconhecido dentre os projetos de extensão da comunidade acadêmica UFRJ, com sucesso obtido pela produção e divulgação da “Cartilha Higienização de Alimentos em Tempos de Covid-19” devido a essa iniciativa os professores coordenadores do projeto foram convidados a participar da escrita e publicação de dois artigos relacionados a Covid-19, um voltado para os fornecedores do setor alimentício titulado “Recomendações para Serviço de Alimentação no Contexto Pós-Pandemia de Covid-19” (Anexo 1) informando os cuidados para os manipuladores de alimentos e equipes, protocolos de limpeza e orientações para serviços de *dellivery* e clientes.

O “Projetos Integrados de Nutrição e Farmácia em Tempos de Covid-19 – Um Relato de Experiência” (Anexo 1) foi relatado a experiência de integrar projetos de extensão dos cursos de nutrição e farmácia da UFRJ-Macaé para realização de um evento científico para a sociedade a respeito da Covid-19, ambos trabalhos publicados no Boletim Ciência Macaé, 2020. Essas publicações visam difundir as pesquisas científicas para o corpo social, de forma a evidenciar a grandiosidade das Universidades públicas e como a ciência contribui para a integridade da saúde no país (BROFMAN, 2018).

#### **6.5 Jornais e Sites**

Com a iniciativa de produzir a “Cartilha Higienização de Alimentos em Tempos de Covid-19” possibilitou ao projeto inúmeras oportunidades de crescimento, como o convite para uma entrevista para o jornal “O Debate – Diário de Macaé” (Figura 13) com *link* disponibilizado no Anexo 1 que demonstrou a evidência que o projeto ganhou na Universidade e também na sociedade por disseminar conteúdos de cunho

alimentar e principalmente relacionado a Covid-19. Além disso, a cartilha também teve divulgação no site da inovação da UFRJ, no NUPEM-UFRJ, Diva Rocha Lima – Educação e Consultoria Nutricional, Centro de Controle de Zoonoses – Niterói/RJ e AFAMA/RJ, compartilhada nos *stories* da rede social Instagram de *influencers* como Caroline Celico, Cacau Girão, Glauca Batista e Livia Esteves todas com grande número de seguidores e influência em seus nichos de trabalho como influenciadoras.

Figura 13. Entrevista para o jornal O Debate - Diário de Macaé



Desta forma, pode-se dizer que pesquisadores vêm estudando como a internet associada às redes sociais são úteis para disseminar informações atingindo todos os públicos, a fim de entender a influência das mesmas no cotidiano dos seus usuários nas diferentes escolhas alimentares e estilo de vida da população.

Ao navegar pelo ambiente da internet, podemos observar iniciativas semelhantes, como o perfil @descascandociência da Universidade Federal Fluminense. Tal fato corrobora com o descrito neste trabalho acerca da importância de se orientar e passar informações virtuais confiáveis para educação em saúde, difundindo conhecimento científico mesmo com as atividades presenciais suspensas devido a pandemia da COVID-19 (DA SILVA et al., 2019; SILVA, 2021).

## **7 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Os resultados obtidos com o trabalho mostram como a utilização de ferramentas como as mídias sociais, principalmente o Instagram, proporcionam maior proximidade da ciência com o público e podem servir como veículos de informações confiáveis, para divulgar o conhecimento respaldado na ciência e assim combater as desinformações propagadas.

O desenvolvimento do projeto pauta-se na divulgação científica de qualidade presente na Universidade e fornecida a população para seu benefício, pois acredita-se que as ações de extensão são fundamentais para educação em saúde, principalmente quando estão aliadas aos canais de internet, como as redes sociais, que podem ser úteis para acesso a uma boa fonte de informação e de fácil compreensão, podendo proporcionar uma melhor qualidade de vida e seletividade, com relação à alimentação, consumo e estilo saudável.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABIA. Associação Brasileira de Indústria de Alimentos. Disponível em: <<https://www.abia.org.br/numeros-setor>>. Acesso em: 20 ago 2021.
- AGUIAR, Adriana. Instagram: saiba tudo sobre esta rede social. Rock Content, v. 17, 2018. Disponível em < <https://rockcontent.com/br/blog/instagram/>>. Acesso em 10 set. 2021.
- ANVISA. Agência nacional de vigilância sanitária. Disponível em: < <http://portal.anvisa.gov.br/wps/portal/anvisa/anvisa/agencia>>. Acesso em: 20 jun. 2021.
- APROBATO, Valéria C. Corpo digital e bem estar na rede Instagram: um estudo sobre as subjetividades e afetos na atualidade. Boletim-Academia Paulista de Psicologia, v. 38, n. 95, p. 157-164, 2018.
- BDO United Kingdom. The food and drink report 2017. Disponível em: <<http://www.bdo.co.uk/getmedia/1c77e27b-69eb-40ff-987f-9f1a597ddb7e/BDO-Food-and-Drink-Report-2017-May.aspx>>. Acesso em: 04 out. 2021.
- BELITZ, H.-D.; GROSCH, Werner; SCHIEBERLE, Peter. Food chemistry. 2009.
- BJELDANES, L. F., & SHIBAMOTO, T. Introdução à Toxicologia de Alimentos Vol. 2. Elsevier Brasil, 2014.
- BROFMAN, Paulo Roberto. A importância das publicações científicas. Revista Telfract, v. 1, n. 1, 2018.
- CARBONARI, Maria Elisa Ehrhardt; PEREIRA, Adriana Camargo. A extensão universitária no Brasil, do assistencialismo à sustentabilidade. Revista de Educação, v. 10, n. 10, 2007.
- CARVALHO-SOUZA, Gustavo Freire de et al. Importância da produção de eventos científicos na formação acadêmica: a experiência da I Semeia. SEMOC-Semana de Mobilização Científica-Agenda 21 Compromisso Com a Vida, 2008.
- CORREIA, Ana Margarida Neves. Fraude Alimentar: fatores de risco e medidas de controlo e prevenção. 2018. Tese de Doutorado.
- DA SILVA, Alana Vieira et al. A Influência do Instagram no cotidiano: Possíveis Impactos do Aplicativo em seus usuários. 2019.
- DE ALMEIDA, Simone Gonçalves et al. A Influência de uma Rede Social nos Padrões de Alimentação de Usuários e Profissionais de Saúde Seguidores de Perfis Fitness. Ensaio e Ciência C Biológicas Agrárias e da Saúde, v. 22, n. 3, p. 194-200, 2018.
- DE SOUZA, Thaís dos Santos et al. Mídias sociais e educação em saúde: o combate às Fake News na pandemia da COVID-19. Enfermagem em Foco, v. 11, n. 1. ESP, 2020.

DE SOUZA BEZERRA, Janete et al. DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA ATRAVÉS DO INSTAGRAM: UMA AÇÃO DE EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA. Revista de Extensão da URCA, v. 1, n. 1, p. 278–283-278–283, 2021.

DELMAZO, Caroline; VALENTE, Jonas CL. Fake news nas redes sociais online: propagação e reações à desinformação em busca de cliques. Media & Jornalismo, v. 18, n. 32, p. 155-169, 2018.

FELLOWS, P. J. Tecnologia do processamento de alimentos: princípios e prática. Porto Alegre: Artmed, 602 p., 2006

FENNEMA, O. R., DAMODARAN, S., PARKIN, K. L. Química de alimentos de Fennema. Editoria Artmed, Porto Alegre, 900p., 2010.

FIGUEIRA, Larissa Canducci. Os conceitos de defesa dos alimentos (Food Defense) e fraude em alimentos (Food Fraud) aplicados em fábrica de temperos cárneos: um estudo de caso. 2018. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo

FILIPE, Ana Filipa Piteira. Avaliação da vulnerabilidade à fraude alimentar: o caso do Talho Nacional. 2019. Dissertação de Mestrado. Universidade de Évora

FLOSOS, J. D. et al. Feeding the World Today and Tomorrow: The Importance of Food Science and Technology: An IFT Scientific Review. Comprehensive Reviews in Food Science and Food Safety, v. 9, n. 5, p. 572–599, 26 ago. 2010.

FSIS. 2014 . FSIS Food Safety and Food Defense - Informações para empresas no comércio, maio de 2014 USDA. Disponível em: <<http://www.fsis.usda.gov/wps/wcm/connect/86cc4d8e-c963-4be2-936a-745e2da9063a/food-defense-incommerce-firms.pdf?MOD=AJPERES>>. Acesso em: 20 out. 2021.

GAVA, A. J.; Princípios de Tecnologia de Alimentos. Editora: Nobel, São Paulo, 1ª edição; 8ª reimpressão; P. 13-50, 1998

GFSI. 2014 . Posição da GFSI sobre a mitigação do risco de fraude alimentar para a saúde pública, julho de 2014. Disponível em: <<http://www.mygfsi.com/news-resources/news/295-gfsi-position-paper-on-mitigating-the-public-health-risk-of-food-fraud.html>>. Acesso em: 20 out. 2021.

GOLDENBERG, Mirian. O corpo como capital: para compreender a cultura brasileira. Arquivos em movimento, v. 2, n. 2, p. 115-123, 2006.

GOMES, Karolayne; NEVES, Manoella; PEREIRA, Deriky. O poder dos Influenciadores Digitais sobre a sociedade do consumo por meio do Instagram. In: XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste. 2019.

GOVERNO FEDERAL, MINISTÉRIO DA COMUNICAÇÃO: Pesquisa mostra que 82,7% dos domicílios brasileiros têm acesso à internet 14/04/2021. Disponível em:

<<https://www.gov.br/mcom/pt-br/noticias/2021/abril/pesquisa-mostra-que-82-7-dos-domicilios-brasileiros-tem-acesso-a-internet>>. Acesso em: 14 jul. 2021.

GRIEGER, Jenifer Daiane; BOTELHO-FRANCISCO, Rodrigo Eduardo. Um estudo sobre influenciadores digitais: comportamento digital e identidade em torno de marcas de moda e beleza em redes sociais online. *AtoZ: novas práticas em informação e conhecimento*, v. 8, n. 1, p. 39-42, 2019.

KAMPF, Günter et al. Persistence of coronaviruses on inanimate surfaces and their inactivation with biocidal agents. *Journal of hospital infection*, v. 104, n. 3, p. 246-251, 2020.

LEAL, Filipa Margarida Sarmiento dos Santos. Plano de Mitigação da Fraude Alimentar IFS Logistics Versão 2.2. 2019. Tese de Doutorado.

LEATHERS, Richard 2014. Diretriz nº 72. Avaliação de ameaças TACCP e ponto crítico de controle: um guia prático. Chipping Campden: Campden BRI. p 1 - 96 .

LÉVY, Pierre (1996). *O Que é Virtual?* Rio: Editora 34. (1993). *As Tecnologias da Inteligência*. Rio: Editora 34.

MAROSTICA, Daniel Alberto. A relevância da divulgação científica na opção por cursos superiores de Física. 2020. Trabalho de Conclusão de Curso. Universidade Tecnológica Federal do Paraná.

NETO, Mercedes et al. Fake news no cenário da pandemia de Covid-19. *Cogitare enfermagem*, v. 25, 2020.

NEVES, M. C. P.; COUTINHO, R. E. T. O Instagram como ferramenta de divulgação de conteúdo: Análise das postagens da Espanha na fase de grupos da EURO 2016. In: XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, São Paulo. 2016

NIELSEN, S. Suzanne et al. (Ed.). *Food analysis*. New York. Springer, 2010

NOGUEIRA-DE-ALMEIDA, Carlos Alberto et al. Azeite de Oliva e suas propriedades em preparações quentes: revisão da literatura. *International Journal of Nutrology*, v. 8, n. 02, p. 013-020, 2015.

PINTO, Pâmela Araujo. Marketing social e digital do Ministério da Saúde no Instagram: estudo de caso sobre aleitamento materno. *Revista Eletrônica de Comunicação, Informação e Inovação em Saúde*, v. 13, n. 4, 2019.

POMBO, Joana Rita Honorato. Degradação química do azeite virgem, azeite e óleo de girassol durante o processo de fritura de batatas. 2015. Tese de Doutorado.

RIBEIRO M; Moscon D. 2018. REFLEXÕES SOBRE O USO DO INSTAGRAM NA CONTEMPORANEIDADE.XVII SEPA - Seminário Estudantil de Produção Acadêmica, UNIFACS, 2018.

RODRIGUES, Andréia Lilian Lima et al. Contribuições da extensão universitária na sociedade. Caderno de Graduação-Ciências Humanas e Sociais-UNIT-SERGIPE, v. 1, n. 2, p. 141-148, 2013.

SANTOS, M. M. D. D. 2017. Fraude Alimentar: análise dos resultados obtidos de amostras não conformes do género alimentício Mel. Dissertação de mestrado. Lisboa, PT: Faculdade de Medicina Veterinária.

SILVA, Ana Sofia Pinhal de Almeida Pato da. A influência do Instagram nas escolhas alimentares. 2021. Tese de Doutoramento. Instituto Politécnico de Lisboa, Escola Superior de Comunicação Social.

SILVA, Rosalina Aparecida da. Ciência do alimento: contaminação, manipulação e conservação dos alimentos. 2013.

SOUZA, L. H. L. A manipulação inadequada dos alimentos: fator de contaminação. 2012. Disponível em: <[https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos05/42\\_artigo%20seget.pdf](https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos05/42_artigo%20seget.pdf)>. Acesso em: 29 jul. 2021.

SOUZA, Ana Isabel F. C. Desenvolvimento de marcadores de ADN para autenticação de pimentas (*Piper nigrum* L.), Universidade do Porto, Portugal, set 2017.

SPINK, John; MOYER, Douglas C. Defining the public health threat of food fraud. *Journal of food science*, v. 76, n. 9, p. R157-R163, 2011.

TEIXEIRA, Maria Alexandra Mesquita et al. Fraude alimentar versus defesa dos alimentos e medidas de mitigação: de acordo com os referenciais de gestão da segurança e qualidade alimentar GFSI. 2018. Tese de Doutoramento.

TEO, Carla Rosane Paz Arruda. Discursos e a construção do senso comum sobre alimentação a partir de uma revista feminina. *Saúde e Sociedade*, v. 19, p. 333-346, 2010.

VATERLAUS, J. Mitchell et al. # Gettinghealthy: The perceived influence of social media on young adult health behaviors. *Computers in Human Behavior*, v. 45, p. 151-157, 2015.

VIANA, Fernando Luiz E. Indústria de alimentos. 2018.

VOLPATO, Bruno. Ranking: as redes sociais mais usadas no Brasil e no mundo em 2021, com insights e materiais gratuitos. 24 ago. 2021. Disponível em: <<https://resultadosdigitais.com.br/blog/redes-sociais-mais-usadas-no-brasil/>>. Acesso em: 30 out. 2021

**ANEXO 1** – Tabela com links das publicações e atividades

<p>1. Cartilha Higienização de Alimentos em Tempos de Covid-19</p>	<p><a href="https://drive.google.com/file/d/1emxl_J-NSuNGNh_JQGUE-vvqlfufG2FF/view">https://drive.google.com/file/d/1emxl_J-NSuNGNh_JQGUE-vvqlfufG2FF/view</a></p>
<p>2. IGTV publicado para auxiliar no entendimento da cartilha.</p>	<p><a href="https://www.instagram.com/tv/CBV0XhAgeeW/?utm_medium=copy_link">https://www.instagram.com/tv/CBV0XhAgeeW/?utm_medium=copy_link</a></p>
<p>3. Vídeo produzido pelo Farmalimentos e apresentado na UFMS</p>	<p><a href="https://drive.google.com/file/d/1Zxu1qhcTnsLWiwO_V2Krrj1r7gXYyfXk/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/1Zxu1qhcTnsLWiwO_V2Krrj1r7gXYyfXk/view?usp=sharing</a></p>
<p>4. Link dos artigos publicados da equipe Farmalimentos e parcerias</p>	<p>“Recomendações para Serviço de Alimentação no Contexto Pós-Pandemia de Covid-19”. Pág. 226:  <a href="https://macae.rj.gov.br/midia/uploads/Boletim%20Ciencia%20Macaec3%a9%20v1%20n2%20(2020)(3).pdf">https://macae.rj.gov.br/midia/uploads/Boletim%20Ciencia%20Macaec3%a9%20v1%20n2%20(2020)(3).pdf</a>          “Projetos Integrados de Nutrição e Farmácia em Tempos de Covid-19 – Um Relato de Experiência”. Pág. 177:  <a href="https://macae.rj.gov.br/midia/uploads/Boletim%20Ciencia%20Macaev1n3%202020.pdf">https://macae.rj.gov.br/midia/uploads/Boletim%20Ciencia%20Macaev1n3%202020.pdf</a></p>
<p>5. Link do da entrevista da equipe Farmalimentos ao Jornal O Debate – Diário de Macaé</p>	<p><a href="https://odebateon.com.br/projeto-lancado-pelos-alunos-do-curso-de-farmacia-da-ufri-ganha-evidencia-em-macaee/?fbclid=IwAR0qXKR1ohYk0TtVANRfepljPH-888IZNuqChkLJTaxMKMsrfnbi4se0F8">https://odebateon.com.br/projeto-lancado-pelos-alunos-do-curso-de-farmacia-da-ufri-ganha-evidencia-em-macaee/?fbclid=IwAR0qXKR1ohYk0TtVANRfepljPH-888IZNuqChkLJTaxMKMsrfnbi4se0F8</a></p>