

# ALIMENTOS, NUTRIÇÃO E SAÚDE

## 2

**Carla Cristina Bauermann Brasil**  
(Organizadora)



# ALIMENTOS, NUTRIÇÃO E SAÚDE

## 2

**Carla Cristina Bauermann Brasil**  
(Organizadora)



### **Editora chefe**

Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

### **Assistentes editoriais**

Natalia Oliveira

Flávia Roberta Barão

### **Bibliotecária**

Janaina Ramos

### **Projeto gráfico**

Natália Sandrini de Azevedo

Camila Alves de Cremo

Luiza Alves Batista

Maria Alice Pinheiro

### **Imagens da capa**

iStock

### **Edição de arte**

Luiza Alves Batista

### **Revisão**

Os autores

2021 by Atena Editora

Copyright © Atena Editora

Copyright do Texto © 2021 Os autores

Copyright da Edição © 2021 Atena Editora

Direitos para esta edição cedidos à Atena Editora pelos autores.

Open access publication by Atena Editora



Todo o conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição Creative Commons. Atribuição-Não-Comercial-NãoDerivativos 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0).

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores, inclusive não representam necessariamente a posição oficial da Atena Editora. Permitido o *download* da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Todos os manuscritos foram previamente submetidos à avaliação cega pelos pares, membros do Conselho Editorial desta Editora, tendo sido aprovados para a publicação com base em critérios de neutralidade e imparcialidade acadêmica.

A Atena Editora é comprometida em garantir a integridade editorial em todas as etapas do processo de publicação, evitando plágio, dados ou resultados fraudulentos e impedindo que interesses financeiros comprometam os padrões éticos da publicação. Situações suspeitas de má conduta científica serão investigadas sob o mais alto padrão de rigor acadêmico e ético.

### **Conselho Editorial**

#### **Ciências Humanas e Sociais Aplicadas**

Prof. Dr. Alexandre Jose Schumacher – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Paraná

Prof. Dr. Américo Junior Nunes da Silva – Universidade do Estado da Bahia

Profª Drª Andréa Cristina Marques de Araújo – Universidade Fernando Pessoa

Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná

Prof. Dr. Antonio Gasparetto Júnior – Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais

Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília

Prof. Dr. Arnaldo Oliveira Souza Júnior – Universidade Federal do Piauí  
Prof. Dr. Carlos Antonio de Souza Moraes – Universidade Federal Fluminense  
Prof. Dr. Crisóstomo Lima do Nascimento – Universidade Federal Fluminense  
Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa  
Prof. Dr. Daniel Richard Sant’Ana – Universidade de Brasília  
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia  
Profª Drª Dilma Antunes Silva – Universidade Federal de São Paulo  
Prof. Dr. Edvaldo Antunes de Farias – Universidade Estácio de Sá  
Prof. Dr. Elson Ferreira Costa – Universidade do Estado do Pará  
Prof. Dr. Eloi Martins Senhora – Universidade Federal de Roraima  
Prof. Dr. Gustavo Henrique Cepolini Ferreira – Universidade Estadual de Montes Claros  
Prof. Dr. Humberto Costa – Universidade Federal do Paraná  
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionale delle Figlie de Maria Ausiliatrice  
Prof. Dr. Jadson Correia de Oliveira – Universidade Católica do Salvador  
Prof. Dr. José Luis Montesillo-Cedillo – Universidad Autónoma del Estado de México  
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense  
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins  
Prof. Dr. Luis Ricardo Fernandes da Costa – Universidade Estadual de Montes Claros  
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte  
Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Pontifícia Universidade Católica de Campinas  
Profª Drª Maria Luzia da Silva Santana – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul  
Prof. Dr. Miguel Rodrigues Netto – Universidade do Estado de Mato Grosso  
Prof. Dr. Pablo Ricardo de Lima Falcão – Universidade de Pernambuco  
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Profª Drª Rita de Cássia da Silva Oliveira – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Prof. Dr. Rui Maia Diamantino – Universidade Salvador  
Prof. Dr. Saulo Cerqueira de Aguiar Soares – Universidade Federal do Piauí  
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará  
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande  
Profª Drª Vanessa Ribeiro Simon Cavalcanti – Universidade Católica do Rio de Janeiro  
Prof. Dr. William Cleber Domingues Silva – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro  
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

#### **Ciências Agrárias e Multidisciplinar**

Prof. Dr. Alexandre Igor Azevedo Pereira – Instituto Federal Goiano  
Prof. Dr. Arinaldo Pereira da Silva – Universidade Federal do Sul e Sudeste do Pará  
Prof. Dr. Antonio Pasqualetto – Pontifícia Universidade Católica de Goiás  
Profª Drª Carla Cristina Bauermann Brasil – Universidade Federal de Santa Maria  
Prof. Dr. Cleberton Correia Santos – Universidade Federal da Grande Dourados  
Profª Drª Diocléa Almeida Seabra Silva – Universidade Federal Rural da Amazônia  
Prof. Dr. Écio Souza Diniz – Universidade Federal de Viçosa  
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul  
Prof. Dr. Fágner Cavalcante Patrocínio dos Santos – Universidade Federal do Ceará  
Profª Drª Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia  
Prof. Dr. Jael Soares Batista – Universidade Federal Rural do Semi-Árido  
Prof. Dr. Jayme Augusto Peres – Universidade Estadual do Centro-Oeste  
Prof. Dr. Júlio César Ribeiro – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro  
Profª Drª Lina Raquel Santos Araújo – Universidade Estadual do Ceará  
Prof. Dr. Pedro Manuel Villa – Universidade Federal de Viçosa  
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão  
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará  
Profª Drª Talita de Santos Matos – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro

Prof. Dr. Tiago da Silva Teófilo – Universidade Federal Rural do Semi-Árido  
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas

### **Ciências Biológicas e da Saúde**

Prof. Dr. André Ribeiro da Silva – Universidade de Brasília  
Profª Drª Anelise Levay Murari – Universidade Federal de Pelotas  
Prof. Dr. Benedito Rodrigues da Silva Neto – Universidade Federal de Goiás  
Profª Drª Daniela Reis Joaquim de Freitas – Universidade Federal do Piauí  
Profª Drª Débora Luana Ribeiro Pessoa – Universidade Federal do Maranhão  
Prof. Dr. Douglas Siqueira de Almeida Chaves – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro  
Prof. Dr. Edson da Silva – Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri  
Profª Drª Elizabeth Cordeiro Fernandes – Faculdade Integrada Medicina  
Profª Drª Eleuza Rodrigues Machado – Faculdade Anhanguera de Brasília  
Profª Drª Elane Schwinden Prudêncio – Universidade Federal de Santa Catarina  
Profª Drª Eysler Gonçalves Maia Brasil – Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira  
Prof. Dr. Ferlando Lima Santos – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia  
Profª Drª Fernanda Miguel de Andrade – Universidade Federal de Pernambuco  
Prof. Dr. Fernando Mendes – Instituto Politécnico de Coimbra – Escola Superior de Saúde de Coimbra  
Profª Drª Gabriela Vieira do Amaral – Universidade de Vassouras  
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria  
Prof. Dr. Helio Franklin Rodrigues de Almeida – Universidade Federal de Rondônia  
Profª Drª Iara Lúcia Tescarollo – Universidade São Francisco  
Prof. Dr. Igor Luiz Vieira de Lima Santos – Universidade Federal de Campina Grande  
Prof. Dr. Jefferson Thiago Souza – Universidade Estadual do Ceará  
Prof. Dr. Jesus Rodrigues Lemos – Universidade Federal do Piauí  
Prof. Dr. Jônatas de França Barros – Universidade Federal do Rio Grande do Norte  
Prof. Dr. José Max Barbosa de Oliveira Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará  
Prof. Dr. Luís Paulo Souza e Souza – Universidade Federal do Amazonas  
Profª Drª Magnólia de Araújo Campos – Universidade Federal de Campina Grande  
Prof. Dr. Marcus Fernando da Silva Praxedes – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia  
Profª Drª Maria Tatiane Gonçalves Sá – Universidade do Estado do Pará  
Profª Drª Mylena Andréa Oliveira Torres – Universidade Ceuma  
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federac do Rio Grande do Norte  
Prof. Dr. Paulo Inada – Universidade Estadual de Maringá  
Prof. Dr. Rafael Henrique Silva – Hospital Universitário da Universidade Federal da Grande Dourados  
Profª Drª Regiane Luz Carvalho – Centro Universitário das Faculdades Associadas de Ensino  
Profª Drª Renata Mendes de Freitas – Universidade Federal de Juiz de Fora  
Profª Drª Vanessa da Fontoura Custódio Monteiro – Universidade do Vale do Sapucaí  
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande  
Profª Drª Welma Emidio da Silva – Universidade Federal Rural de Pernambuco

### **Ciências Exatas e da Terra e Engenharias**

Prof. Dr. Adélio Alcino Sampaio Castro Machado – Universidade do Porto  
Profª Drª Ana Grasielle Dionísio Corrêa – Universidade Presbiteriana Mackenzie  
Prof. Dr. Carlos Eduardo Sanches de Andrade – Universidade Federal de Goiás  
Profª Drª Carmen Lúcia Voigt – Universidade Norte do Paraná  
Prof. Dr. Cleiseano Emanuel da Silva Paniagua – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Goiás  
Prof. Dr. Douglas Gonçalves da Silva – Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia  
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná  
Profª Drª Érica de Melo Azevedo – Instituto Federal do Rio de Janeiro

Prof. Dr. Fabrício Menezes Ramos – Instituto Federal do Pará  
Profª Dra. Jéssica Verger Nardeli – Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho  
Prof. Dr. Juliano Carlo Rufino de Freitas – Universidade Federal de Campina Grande  
Profª Drª Luciana do Nascimento Mendes – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte  
Prof. Dr. Marcelo Marques – Universidade Estadual de Maringá  
Prof. Dr. Marco Aurélio Kistemann Junior – Universidade Federal de Juiz de Fora  
Profª Drª Neiva Maria de Almeida – Universidade Federal da Paraíba  
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte  
Profª Drª Priscila Tessmer Scaglioni – Universidade Federal de Pelotas  
Prof. Dr. Sidney Gonçalo de Lima – Universidade Federal do Piauí  
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista

#### **Linguística, Letras e Artes**

Profª Drª Adriana Demite Stephani – Universidade Federal do Tocantins  
Profª Drª Angeli Rose do Nascimento – Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro  
Profª Drª Carolina Fernandes da Silva Mandaji – Universidade Tecnológica Federal do Paraná  
Profª Drª Denise Rocha – Universidade Federal do Ceará  
Profª Drª Edna Alencar da Silva Rivera – Instituto Federal de São Paulo  
Profª Drª Fernanda Tonelli – Instituto Federal de São Paulo,  
Prof. Dr. Fabiano Tadeu Grazioli – Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões  
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná  
Profª Drª Keyla Christina Almeida Portela – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Paraná  
Profª Drª Miranilde Oliveira Neves – Instituto de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará  
Profª Drª Sandra Regina Gardacho Pietrobon – Universidade Estadual do Centro-Oeste  
Profª Drª Sheila Marta Carregosa Rocha – Universidade do Estado da Bahia

**Diagramação:** Maria Alice Pinheiro  
**Correção:** Giovanna Sandrini de Azevedo  
**Indexação:** Gabriel Motomu Teshima  
**Revisão:** Os autores  
**Organizadora:** Carla Cristina Bauermann Brasil

**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)**

A411 Alimentos, nutrição e saúde 2 / Organizadora Carla Cristina Bauermann Brasil. – Ponta Grossa - PR: Atena, 2021.

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-65-5983-406-8

DOI: <https://doi.org/10.22533/at.ed.068212308>

1. Nutrição. 2. Saúde. I. Brasil, Carla Cristina Bauermann (Organizadora). II. Título.

CDD 613

**Elaborado por Bibliotecária Janaina Ramos – CRB-8/9166**

**Atena Editora**

Ponta Grossa – Paraná – Brasil

Telefone: +55 (42) 3323-5493

[www.atenaeditora.com.br](http://www.atenaeditora.com.br)

contato@atenaeditora.com.br

## DECLARAÇÃO DOS AUTORES

Os autores desta obra: 1. Atestam não possuir qualquer interesse comercial que constitua um conflito de interesses em relação ao artigo científico publicado; 2. Declaram que participaram ativamente da construção dos respectivos manuscritos, preferencialmente na: a) Concepção do estudo, e/ou aquisição de dados, e/ou análise e interpretação de dados; b) Elaboração do artigo ou revisão com vistas a tornar o material intelectualmente relevante; c) Aprovação final do manuscrito para submissão.; 3. Certificam que os artigos científicos publicados estão completamente isentos de dados e/ou resultados fraudulentos; 4. Confirmam a citação e a referência correta de todos os dados e de interpretações de dados de outras pesquisas; 5. Reconhecem terem informado todas as fontes de financiamento recebidas para a consecução da pesquisa; 6. Autorizam a edição da obra, que incluem os registros de ficha catalográfica, ISBN, DOI e demais indexadores, projeto visual e criação de capa, diagramação de miolo, assim como lançamento e divulgação da mesma conforme critérios da Atena Editora.

## DECLARAÇÃO DA EDITORA

A Atena Editora declara, para os devidos fins de direito, que: 1. A presente publicação constitui apenas transferência temporária dos direitos autorais, direito sobre a publicação, inclusive não constitui responsabilidade solidária na criação dos manuscritos publicados, nos termos previstos na Lei sobre direitos autorais (Lei 9610/98), no art. 184 do Código penal e no art. 927 do Código Civil; 2. Autoriza e incentiva os autores a assinarem contratos com repositórios institucionais, com fins exclusivos de divulgação da obra, desde que com o devido reconhecimento de autoria e edição e sem qualquer finalidade comercial; 3. Todos os e-book são *open access*, desta forma não os comercializa em seu site, sites parceiros, plataformas de *e-commerce*, ou qualquer outro meio virtual ou físico, portanto, está isenta de repasses de direitos autorais aos autores; 4. Todos os membros do conselho editorial são doutores e vinculados a instituições de ensino superior públicas, conforme recomendação da CAPES para obtenção do Qualis livro; 5. Não cede, comercializa ou autoriza a utilização dos nomes e e-mails dos autores, bem como nenhum outro dado dos mesmos, para qualquer finalidade que não o escopo da divulgação desta obra.

## APRESENTAÇÃO

A presente obra “Alimentos, Nutrição e Saúde” publicada no formato *e-book*, traduz o olhar multidisciplinar e intersetorial da Alimentação e Nutrição. Os volumes abordarão de forma categorizada e interdisciplinar trabalhos, pesquisas, relatos de casos e revisões que transitam nos diversos caminhos da Nutrição e Saúde. O principal objetivo desse *e-book* foi apresentar de forma categorizada e clara estudos desenvolvidos em diversas instituições de ensino e pesquisa do país em quatro volumes. Em todos esses trabalhos a linha condutora foi o aspecto relacionado à avaliação antropométrica da população brasileira; padrões alimentares; avaliações físico-químicas e sensoriais de alimentos e preparações, determinação e caracterização de alimentos e de compostos bioativos; desenvolvimento de novos produtos alimentícios e áreas correlatas.

Temas diversos e interessantes são, deste modo, discutidos nestes volumes com a proposta de fundamentar o conhecimento de acadêmicos, mestres e todos aqueles que de alguma forma se interessam pela área da Alimentação, Nutrição, Saúde e seus aspectos. A Nutrição é uma ciência relativamente nova, mas a dimensão de sua importância se traduz na amplitude de áreas com as quais dialoga. Portanto, possuir um material científico que demonstre com dados substanciais de regiões específicas do país é muito relevante, assim como abordar temas atuais e de interesse direto da sociedade. Deste modo a obra “Alimentos, Nutrição e Saúde” se constitui em uma interessante ferramenta para que o leitor, seja ele um profissional, acadêmico ou apenas um interessado pelo campo das ciências da nutrição, tenha acesso a um panorama do que tem sido construído na área em nosso país.

Uma ótima leitura a todos(as)!

Carla Cristina Bauermann Brasil

## SUMÁRIO

### **CAPÍTULO 1..... 1**

#### CONSUMO ALIMENTAR E DEPRESSÃO: EVIDÊNCIAS ATUAIS

Lara Onofre Ferriani

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.0682123081>

### **CAPÍTULO 2..... 13**

#### PERFIL DE CONSUMO ALIMENTAR DE ESCOLARES DA ZONA RURAL DO MUNICÍPIO DE RIO DAS OSTRAS, RIO DE JANEIRO

Larissa Spargolli Sardinha

Thainá Andrade Rocha Oliveira do Rozário

Ana Carolina Carvalho Rodrigues

Giovana Fonseca Machado

Eduarda Guimarães dos Santos de Santana

Cynthia Gonçalves Silva

Francisco Martins Teixeira

Marialda Moreira Chistoffel

Luiz Felipe da Cruz Rangel

Alessandra Alegre de Matos

Beatriz Gonçalves Ribeiro

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.0682123082>

### **CAPÍTULO 3..... 26**

#### AVALIAÇÃO DA FREQUÊNCIA DO CONSUMO ALIMENTAR DE ATLETAS UNIVERSITÁRIAS DE UM TIME DE FUTEBOL FEMININO EM SÃO LUÍS - MA

Thirza Rafaella Ribeiro França Melo

Luís Felipe Castro Araújo

Fabiana Viana Maciel Rodrigues

Matheus Caíck Santos Brandão

Kassiandra Lima Pinto

Ana Carolina Pimenta Santos

Jamylle Santos Rocha

Rebeca Izanna Lima da Silva

Raphael Furtado Marques

Marcos Roberto Campos de Macêdo

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.0682123083>

### **CAPÍTULO 4..... 34**

#### FATORES ASSOCIADOS AO CONSUMO ALIMENTAR DE IDOSOS RESIDENTES NA REGIÃO SUL DO BRASIL

Anny Caroline dos Santos Araujo

Bruna Senna Rodrigues

Valdeni Terezinha Zani

Rozana Ferreira Ortiz

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.0682123084>

**CAPÍTULO 5..... 39**

**AVALIAÇÃO DO CONSUMO DE FIBRAS ALIMENTARES EM IDOSOS INSTITUCIONALIZADOS RESIDENTES E SUA PREVALÊNCIA COM OBSTIPAÇÃO INTESTINAL**

Victória Luiza Lima da Silva  
Luana Bastos dos Santos Oliveira  
Ramon Silva de Oliveira  
Sara Vitória da Silva Souza  
Victor Novais Costa  
Gabrielly Sobral Neiva  
Juçara Alvarindo Brito Soledade

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.0682123085>

**CAPÍTULO 6..... 51**

**PROJETO “MASTER CHEFINHO”: CRIANÇAS APRENDEM SOBRE ALIMENTAÇÃO SAUDÁVEL**

Renata Silva Cavalcante  
Daniela Neves Pereira Romaro

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.0682123086>

**CAPÍTULO 7..... 55**

**CONSTRUÇÃO DE UMA CARTILHA PARA PAIS E RESPONSÁVEIS SOBRE EDUCAÇÃO NUTRICIONAL E O COMPORTAMENTO ALIMENTAR DE CRIANÇAS AUTISTAS**

Deylla Rodrigues de Oliveira  
Débora Maria Nascimento Silva  
Gabrielle Damasceno Costa dos Santos  
Camila Caetano da Silva  
Edinalva Rodrigues Alves  
Saara Emanuele da Silva Flor  
Mayara Regina Ferreira Costa  
Eryka Vaz Zagmignan  
Erika Alves da Fonseca Amorim  
Rita de Cássia Mendonça de Miranda  
Luís Cláudio Nascimento da Silva  
Adrielle Zagmignan

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.0682123087>

**CAPÍTULO 8..... 63**

**RECUSA ALIMENTAR EM CRIANÇAS COM TRANSTORNO DO ESPECTRO AUTISTA**

Anna Luiza Cardoso Oliva  
Ana Hellen Lima da Silva  
Rafaela Vilaça de Quadros  
Yasmim Fernandes Ferreira  
Anamaria de Souza Cardoso

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.0682123088>

**CAPÍTULO 9..... 74**

**NUTRIÇÃO E VISIBILIDADE NO MUNDO DIGITAL**

Luisa Fajardo Costa

Lorena Simili de Oliveira

Vanessa de Andrade Stumpf

Renato Moreira Nunes

Patrícia Cândido da Silva

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.0682123089>

**CAPÍTULO 10..... 86**

**INTERCORRÊNCIAS RELACIONADAS À NUTRIÇÃO ENTERAL EM NEONATOS PREMATUROS**

Rene Ferreira da Silva Junior

Helenice Alves Fonseca

Josiane Dionísio dos Santos

Tadeu Nunes Ferreira

Manuela Gomes Campos Borel

Thamires Dias de Carvalho

Brunna Thais Costa

Ana Luiza Montalvão Seixas

Joice Fernanda Costa Quadros

Ana Paula de Oliveira Nascimento Alves

Suelen Ferreira Rocha

Cristiano Leonardo de Oliveira Dias

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.06821230810>

**CAPÍTULO 11 ..... 98**

**REPERCUSSÃO DO ALEITAMENTO MATERNO EXCLUSIVO NO CRESCIMENTO DE CRIANÇAS COM ALERGIA A PROTEÍNA DO LEITE DE VACA**

Thalita Evangelista Bandeira

Marília Porto Oliveira Nunes

Maria Izabel Florindo Guedes

Carlos Tadeu Bandeira de Lavor

Ilana Carneiro Lisboa Magalhães

Kalil Andrade Mubarak Romcy

Carla Laíne Silva Lima

Sandra Machado Lira

Natália do Vale Canabrava

José Ytalo Gomes da Silva

Marcelo Oliveira Holanda

Rafaela Valesca Rocha Bezerra Sousa

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.06821230811>

**CAPÍTULO 12..... 108**

**SUBSTITUTOS DO LEITE MATERNO E OS SEUS IMPACTOS NO ESTADO NUTRICIONAL INFANTIL: UMA REVISÃO INTEGRATIVA**

Cassiana da Silva Coutinho

Neliane Pereira do Nascimento

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.06821230812>

**CAPÍTULO 13..... 122**

**FREQUÊNCIA DA IDADE MATERNA E TEMPO DE ALEITAMENTO MATERNO POR RESIDENTES DE AGLOMERADOS SUBNORMAIS EM MACEIÓ (AL)**

Jessiane Rejane Lima Santos

Fernanda do Nascimento Lins

Geovânio Cadete da Silva

Mariana Silva de Freitas

Thyanne Mirella da Silva

Gabriela Rossiter Stux Veiga

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.06821230813>

**CAPÍTULO 14..... 131**

**TRANSTORNOS ALIMENTARES MATEMOS E DIETA INFANTIL: UMA REVISÃO SISTEMÁTICA**

Caroline de Maman Oldra

Angela Khetly Lazarotto

Adriano de Maman Oldra

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.06821230814>

**CAPÍTULO 15..... 144**

**OS IMPACTOS DE TRABALHAR ALIMENTAÇÃO SAUDÁVEL COM OS ADOLESCENTES NAS ESCOLAS: UMA ANÁLISE DAS PESQUISAS BRASILEIRAS DE 2009 A 2019**

Maria Cristina Rocha Silva

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.06821230815>

**CAPÍTULO 16..... 156**

**AS INFLUÊNCIAS IMPOSTAS PELAS MÍDIAS SOBRE A IMAGEM CORPORAL: REVISÃO BIBLIOGRÁFICA**

Lucas Gimaque da Silva

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.06821230816>

**CAPÍTULO 17..... 168**

**ESTUDO DA DISTORÇÃO DE IMAGEM E O FEEDBACK SOCIAL VIVENCIADO PELO INDIVÍDUO COM A OPÇÃO PELA CIRURGIA BARIÁTRICA**

Márcia Daniele Soares da Silva Barbosa

Gisele dos Santos Pacheco

Ainá Innocencio da Silva Gomes

Ana Paula Menna Barreto

Celia Cristina Diogo Ferreira

Roberta Soares Casaes

Lismeia Raimundo Soares

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.06821230817>

**CAPÍTULO 18..... 178**

**CULINÁRIA AFETIVA COMO FERRAMENTA TERAPÊUTICA PARA O CUIDADO EM SAÚDE MENTAL**

Helicínia Giordana Espíndola Peixoto  
Luhana Karolyna Roque da Silva  
Larissa Oliveira da Silva  
Renata Cristina da Silva  
Yasmim Rodrigues Cabral

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.06821230818>

**CAPÍTULO 19..... 189**

**EFEITOS DA DESNUTRIÇÃO NO DESENVOLVIMENTO NEUROPSICOMOTOR DA PRIMEIRA INFÂNCIA**

Isabella Knorr Velho  
Gabriela Teixeira Gelb  
Mariana Martins Dantas Santos  
Talia Guimarães dos Santos  
Bartira Ercília Pinheiro da Costa  
Miriam Viviane Baron

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.06821230819>

**CAPÍTULO 20..... 201**

**RELATO DE EXPERIÊNCIA: CONSCIENTIZAÇÃO INFANTIL ACERCA DA PRESENÇA DE SÓDIO CONTIDO NOS ALIMENTOS**

Ana Clara Riguetto Lisboa de Domênicis  
Ana Laura da Silva Paladino  
Claudiele Maria Mariano Costa  
Conrado Busseli Filho  
Debora Aparecida Zanette  
Fabio Bonadio Gonçalves  
Karla Beatriz Croco  
Lorena Correia da Cruz  
Maria José Caetano Ferreira Damaceno  
Mariana Scarmeloto Pardo  
Paula Fernandes Chadi  
Taynara Novaes Faria

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.06821230820>

**CAPÍTULO 21..... 211**

**HÁBITOS ALIMENTARES E FATORES RELACIONADOS À SAÚDE DE UMA AMOSTRA DE ADOLESCENTES DE CAMPO GRANDE (MATO GROSSO DO SUL)**

Thais Alievi Ponciano da Silva  
Raíssa de Oliveira Rodrigues  
Giovana Eliza Pegolo

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.06821230821>

<b>CAPÍTULO 22.....</b>	<b>225</b>
EXPERIÊNCIAS DE AÇÕES DE EDUCAÇÃO NUTRICIONAL EM UMA ESCOLA ESTADUAL NO INTERIOR DE RONDÔNIA	
Julia Souza Amaral	
Heloísa Helena Pessoa Portela de Sá	
Carolina Maria Novais Caires Tacconi	
Heliane Formagio Silva	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.06821230822">https://doi.org/10.22533/at.ed.06821230822</a>	
<b>CAPÍTULO 23.....</b>	<b>232</b>
CRIAÇÃO DE UM ÁLBUM DE REGISTRO FOTOGRÁFICO PARA INQUÉRITOS DIETÉTICOS	
Lucineide Rodrigues Gomes	
Hanna Nicole Teixeira Lopes de Lima	
Yana Luise Falcão Lins	
Alysson dos Santos Bomfim	
Andréa Marques Sotero	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.06821230823">https://doi.org/10.22533/at.ed.06821230823</a>	
<b>CAPÍTULO 24.....</b>	<b>240</b>
UM OLHAR SOBRE A EXPERIÊNCIA INTERCAMBISTA EM CUBA: EXISTE SAÚDE INTEGRAL QUANDO O DIREITO À ALIMENTAÇÃO SOBERANA É NEGADO?	
Rejane Viana dos Santos	
Márcio Costa de Souza	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.06821230824">https://doi.org/10.22533/at.ed.06821230824</a>	
<b>SOBRE A ORGANIZADORA.....</b>	<b>245</b>
<b>ÍNDICE REMISSIVO.....</b>	<b>246</b>

*Data de aceite: 01/08/2021*

*Data de submissão: 05/07/2021*

### **Luisa Fajardo Costa**

Universidade Federal de Juiz de Fora -  
Departamento de Nutrição  
<http://lattes.cnpq.br/0777046814006086>

### **Lorena Simili de Oliveira**

Universidade Federal de Juiz de Fora -  
Departamento de Nutrição - Minas Gerais  
<http://lattes.cnpq.br/8359668516999691>

### **Vanessa de Andrade Stumpf**

Universidade Federal de Juiz de Fora -  
Departamento de Nutrição - Minas Gerais  
<http://lattes.cnpq.br/3618194963654784>

### **Renato Moreira Nunes**

Universidade Federal de Juiz de Fora -  
Departamento de Nutrição - Minas Gerais  
<http://lattes.cnpq.br/7323139750608543>

### **Patrícia Cândido da Silva**

Universidade Federal de Juiz de Fora -  
Departamento de Nutrição - Minas Gerais  
<http://lattes.cnpq.br/2454222708981882>

**RESUMO:** As mídias sociais estão cada vez mais presentes na vida do homem e as tecnologias digitais ganham espaço e geram impacto na cultura e estilo de vida. O crescimento das redes sociais se tornou mais do que uma forma de aproximação. A crescente busca por praticidade tornou as plataformas digitais, fonte primária de pesquisa, o que representa uma promissora

oportunidade para promoção da saúde. Saúde, nutrição e alimentação são tópicos comuns publicados nas redes sociais, principalmente no Instagram. A realização do estudo observacional transversal verificou a influência das mídias sociais abordando o assunto Nutrição no Instagram, por meio do @inovaenutri, pelo período de um ano, em 2019, tendo como objetivo, testar por meio de publicações diárias a influência das mídias no processo de visibilidade da nutrição e do profissional, além de promover educação nutricional, disseminar conhecimento científico e informações técnicas. Na busca de resultados, o perfil do Inova&Nutri foi comparado ao de quatro nutricionistas na área de nutrição da Zona da Mata Mineira, e as publicações utilizadas para comparação apresentavam o mesmo tipo de conteúdo/tema, com alterações no modo de escrita, imagens, título e sem a presença de desvios. Os perfis foram comparados no que tange público alvo, com uma amostra de 20% do total de seguidores, assuntos similares, interação e engajamento. Entre as considerações finais, baseia-se a interação do profissional com o público, quais ferramentas são utilizadas na plataforma e como elas podem auxiliar na descoberta do que e quando postar, além da prática e observação quanto às mudanças no algoritmo do Instagram, o verdadeiro preditor no jogo da visibilidade. O artigo busca demonstrar a importância de avaliar o funcionamento da rede, o algoritmo/alcance e o engajamento de uma intervenção a fim de aumentar a visibilidade do nutricionista, buscando novos pacientes e impulsionando a carreira.

**PALAVRAS - CHAVE:** Nutrição, saúde,

engajamento, Instagram, algoritmo, mídias sociais, digital influencers, promoção de saúde, estratégias de marketing digital, networking.

## VISIBILITY OF NUTRITION AT DIGITAL WORLD

**ABSTRACT:** Social media are present at human's life and digital technologies grow substantially and impact on culture, lifestyle and nowadays they turn to be more than a tool to approximate people, but the primary source of research because of the facility and speed. Nutrition, health and food are some of the points that gain space in social media, mainly on Instagram. The cross-sectional observational study verified the influence of social media addressing the subject of Nutrition on Instagram, through @inovaenutri, for a period of one year, in 2019, aiming to test through daily publications the influence of the media in the process of visibility at nutrition and professionals, in addition to promoting nutritional education, disseminating scientific knowledge and technical information. For results, the @inovaenutri was compared with four nutritionist profiles at Zona da Mata Mineira and the posts likened showed the same themes/subjects in a just different way of writing, titles and photograph without gaps. Profiles were matched in the target audience, with a sample of 20% of total followers, similar topic, interaction and engagement. By means of the search, professional's profiles and interaction with the public, the Instagram tools and how they could help to find the best days, time and theme to post, in addition to practice and observation on Instagram algorithm, the real predictor of visibility. The article seeks to demonstrate the importance of evaluating the functioning of the network, the algorithm/reach and the engagement of an intervention in order to increase the nutritionist's visibility, seeking new patients and boosting the career.

**KEYWORDS:** Nutrition, health, engagement, Instagram, algorithm, social media, digital influencers, health promotion, digital marketing strategy, networking.

## 1 | INTRODUÇÃO

As mídias sociais podem ser definidas de distintas maneiras, entre elas pode-se pensar em uma tecnologia central, um ecossistema diverso e complexo que define comportamento, interações e trocas envolvendo diversos tipos de autores, como citado por APPLE G. *et al.* (2020). Cada vez mais presente na vida do homem - social, profissional e pessoal, as tecnologias digitais ganham espaço e geram impacto na cultura e estilo de vida dos indivíduos. O crescimento das redes sociais se tornou mais do que uma forma de aproximação, é possível que se crie carreiras, compartilhe informações, impulse vendas através do marketing virtual (APPEL G. *et al.*, 2020; LYSON H.C. *et al.*, 2019; KOTLER P., 1998).

As mídias sociais influenciam as escolhas alimentares, bem como o conceito de saudável ou não saudável e padrões estéticos. Na última década, a crescente busca por praticidade vem tornando as plataformas digitais a fonte primária de pesquisa, o que representa uma promissora oportunidade para promoção da saúde. Isso pode ser visto

através do aumento no número de perfis que levam informação ao público, seja nutricional ou não, apresentadas em forma de textos, propagandas ou apenas exposição da figura (LYSON H.C. *et al*, 2019; NGAI E.W.T.C, TAO S.S.C. AND MOON K.K.L., 2015).

A ascensão significativa e a grande popularidade do Facebook, com aproximadamente 70 milhões de usuários ativos no ano de 2019, bem como Instagram com 1 bilhão de usuários ativos, segundo o próprio Instagram, que não para de crescer, podendo alcançar 42,3% da população mundial até 2022, o que justifica o investimento de profissionais da área de nutrição e empresas nas plataformas digitais. Muitos fenômenos atuais são, na realidade, antigos, porém foram impulsionados pela era digital como, por exemplo, o poder do usuário e do consumidor, como papel central no cenário do marketing (APPEL G. *et al*, 2020; GABRIEL M., 2010).

Com isso, o presente artigo busca informar sobre a crescente popularidade das redes sociais, como elas funcionam, em especial o Instagram, uma vez que é uma das plataformas digitais mais utilizadas atualmente, e como podem ser usadas para aumentar a visibilidade do profissional de nutrição.

## 2 | REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

Segundo KOTLER (1998), “marketing é o processo social e gerencial pelo qual indivíduos e grupos obtêm o que necessitam e desejam através da criação, oferta e troca de produtos de valor com outros”. Desta forma, o marketing de uma empresa visa o planejamento de estratégias de venda, expansão de mercado e divulgação de produtos e serviços buscando sempre atingir os anseios e desejos do consumidor.

De acordo com o Pew Research Center (2011), em dezembro de 2012 dois terços dos americanos adultos na Internet usavam sites classificados como redes sociais. Esse número em se tratando de pessoas de 18 a 29 anos, corresponde a 83% da população usuária. O número de pessoas que usam sites de redes sociais quase dobrou desde 2008 até 2013, com o Facebook registrando mais de um bilhão de usuários ativos em outubro de 2012, estimando-se que atualmente mais de 3.4 bilhões de pessoas são usuárias ativas das diversas mídias sociais, sendo o Instagram considerado mais promissor quanto a uma ferramenta de marketing, ao qual 200 milhões de usuários visitam, pelo menos, uma vez ao dia perfis comerciais (WAHID R.M. AND WADUD M., 2020; LOFFT Z., 2020; HAMPTON, K. N., GOULET, L. S., RAINIE, L., & PURCELL K., 2011).

Assim mencionado por HUNG, H.-T., YUEN, S. C.-Y. (2004) a ascensão da Internet é vista como um divisor de águas na história da comunicação de massa, já que facilita a interação e disseminação de diversos tópicos, o que pode ser descrito como uma transformação na maneira como as pessoas se comunicam e interagem, o que leva a Internet a tornar-se parte importante do mundo atual (HUNG, H.-T., YUEN, S. C.-Y., 2004).

Hoje presenciamos a influência da grande difusão das redes sociais on-line em

todo o mundo, que vai além do relacionamento interpessoal, definindo também o modo de relacionamento entre instituições e empresas. Dos primórdios dessas redes até os dias atuais, seu uso vem apresentando transformações expressivas, e as estatísticas são impressionantes. Segundo levantamento feito pelo IBGE, em 2018, 79,1% dos brasileiros, e oito em cada dez brasileiros acessam algum tipo de rede social. A adoção dessas redes nas culturas ao redor do planeta tem sido tão grande que, atualmente, as mídias sociais são uma das formas mais importantes de mídia para marketing. Isso tem provocado mudanças profundas no relacionamento com o consumidor e nas estratégias mercadológicas (IBGE, 2021; GABRIEL M., 2010).

Saúde, nutrição e alimentação são tópicos comuns publicados nas redes sociais por profissionais de nutrição, médicos, organizações de saúde, digitais influencers e usuários regulares das plataformas (LYNCH M., 2010).

Muitos profissionais de saúde reconhecem que as redes sociais oferecem uma oportunidade de alcançar usuários que, de outra forma, não teriam contato com os profissionais de saúde em ambientes mais tradicionais. As redes sociais podem atuar como uma plataforma que oferece interação entre o usuário e o profissional, dessa forma podem ser desenvolvidas campanhas de promoção à saúde, aumentando a exposição a mensagens relacionadas à saúde baseadas em evidências (LYSON H.C. *et al*, 2019; KLASSEN K.M. *et al*, 2018; BALATSOUKAS P, KENNEDY CM, BUCHAN I, POWELL J, AINSWORTH J., 2015).

As redes sociais são capazes de incentivar os usuários a participar e se inteirar de diversos assuntos, como a criação de redes de auxílio, com grupos onde os participantes têm o mesmo interesse e compartilham diversas informações sobre o tema. Um exemplo são os perfis de nutrição, destinados ao emagrecimento. Porém, da mesma forma que existem perfis gerenciados por profissionais capacitados deve-se ficar atento ao bombardeio de falsas informações (LOFFT Z., 2020).

As falsas informações chegam aos usuários de forma rápida, algumas vezes propagadas pelo digitais influencers, pessoas que apresentam grande número de seguidores, que moldam comportamentos e atitudes, são considerados autênticos e expert sobre o que postam, por apresentarem o biótipo padrão atual, de mulheres magras e homens fortes e definidos, almejado pelos demais, conferindo-lhes voz de autoridade sobre o assunto. A busca por um corpo idealizado, dietas da moda, fake news sobre alimentos, pode levar ao descontentamento, insatisfação corporal e propagação de uma falsa imagem sobre o que é a nutrição (BARKLAMB A.M. *et al*, 2020; M. SCULLY *et al*, 2020; APPEL G. *et al*, 2020; COTTER K., 2019).

Embora as redes sociais sejam usadas quase onipresentemente por jovens e adultos, não se sabe se eles estão envolvidos ou desejam usá-las para se engajar com conteúdo de promoção da saúde, porém, especula-se que, se usadas com estratégias corretas as mídias sociais podem auxiliar os profissionais, tornando-se promotoras dos mesmos em

suas áreas, como por exemplo, os nutricionistas, uma vez que nutrição, alimentos e saúde, estão em voga atualmente (KLASSEN K.M. *et al*, 2018; SENSIS, 2016; SOCIAL MEDIA UPDATE, 2016).

Em 2016, o Instagram anunciou que o feed mostraria ao usuário, os momentos/postagem mais importantes para o mesmo, referindo-se de maneira implícita aos algoritmos utilizados pela plataforma. Os algoritmos são programas que determinam, através dos rastros deixados pelo usuário, o que vai ser mostrado, de acordo com as escolhas, cliques, compras e interações de cada um, sendo através deste, possível supor certas avaliações, significados e relações a objetos/pessoas com os quais interagimos. No entanto, a confirmação de como os algoritmos funcionam é segredo, já que cada mídia social apresenta um tipo diferente (COTTER K., 2019).

Entretanto, VANDELANOTTE C, MAHER CA. (2015) argumentam que ensaios clínicos randomizados (ECR) devem ser usados para avaliar a eficácia das redes sociais on-line como uma ferramenta, mas que estudos pragmáticos e ecológicos devem ser usados para avaliar a eficácia e o alcance das mídias sociais. Também é importante avaliar a pesquisa de mídia social realizada 'organicamente' e aprender como as pessoas estão realmente usando as plataformas sociais disponíveis publicamente para compartilhar, aprender e se envolver com sua saúde nutricional, especificamente alimentação saudável, dieta e comida (KLASSEN K.M., 2018).

Além disso, é importante avaliar o alcance e o engajamento de uma intervenção, bem como a eficácia, e o uso da avaliação de métodos mistos quando possível. O presente artigo adota uma abordagem para expandir a nossa compreensão de como os indivíduos se comportam com relação a Nutrição e mídias sociais, com foco nos resultados dos profissionais da área de nutrição ao utilizarem as mídias em questão, procurando entender como e porquê as intervenções funcionaram, ou não funcionaram (LIM MS, WRIGHT CJ, CARROTTE ER, PEDRANA AE., 2016).

### 3 | OBJETIVO

O presente trabalho teve o objetivo de testar, por meio de publicações diárias, a influência das mídias e redes sociais no processo de visibilidade da nutrição e do profissional, dando enfoque aos alimentos e o efeito destes na vida das pessoas. Entre os objetivos secundários encontravam-se aos usuários das plataformas e a verificação da inserção do "Inova&Nutri" como um novo conceito de perfil informativo nutricional, em comparação a outros profissionais nutricionistas.

## 4 | METODOLOGIA

Através do estudo observacional transversal realizado verificou-se a influência das mídias sociais abordando o assunto Nutrição, por meio de contas na plataforma Instagram cujo login foi @inovaenutri. Tal conta segue ativa, no entanto realizamos uma análise pontual, por um período de um ano para realização do presente estudo. O projeto também tinha uma página no Facebook, no entanto os dados dessa plataforma não foram utilizados no estudo.

Os temas abordados pelo grupo de pesquisadores do Inova&Nutri foram escolhidos de acordo com os capítulos presentes na Cartilha do Ministério da Saúde - Universidade Federal de Minas Gerais, cujo título é “Desmistificando Dúvidas Sobre Alimentação e Nutrição”, além disso, a equipe do Inova se reunia para discussões sobre quais temas seriam abordados durante a semana, dessa forma foi criada, uma pasta na plataforma Google Drive a fim de auxiliar e facilitar a interação entre os participantes, contando com um banco de dados e artigos com alto fator de impacto.

A identidade visual é um dos pontos importantes para que se torne possível o uso das mídias sociais, sendo voltadas para o profissionalismo, foi criada uma logomarca com o nome “Inova&Nutri” que era apresentada todas as vezes como marca nos posts, adicionando-se título e outra imagem condizente com o tema em que a publicação se relacionava (MINISTÉRIO DA SAÚDE, 2016).

Os posts foram feitos no horário de pico sinalizado pelo Instagram, entre 18 horas e 21 horas, a fim de atingir o maior número de visualizações possíveis. Os textos eram escritos e corrigidos de forma alternada por toda a equipe do Inova&Nutri, com supervisão do orientador, prof. Renato M. Nunes. Os textos escritos possuíam como base informações científicas de qualidade, com pesquisas em artigos publicados por revistas conceituadas sobre assuntos em voga, para isso criou-se um modelo de escrita, no qual os textos deveriam se apresentar precisos e curtos, não ultrapassando quatro parágrafos.

O login Inova&Nutri no Instagram foi comparado com outros quatro profissionais bem conceituados na área de nutrição da Zona da Mata Mineira usuários da mesma plataforma digital. Sendo verificados os números de seguidores e a influência deste número na interação de suas publicações. A verificação foi feita através do número de curtidas e a sua proporção com o número de seguidores, observando também a interação do público com as publicações.

As publicações utilizadas para comparação apresentavam o mesmo tipo de conteúdo/tema, havendo apenas algumas alterações no modo de escrita, imagens e título, sem a presença de desvios.

A comparação foi feita através da análise das publicações dos perfis nos últimos 3 meses, e para análise de público predominante (feminino ou masculino) foi coletada uma amostra de 20% do número total de seguidores de cada perfil.

## 5 | RESULTADOS E DISCUSSÃO

Para composição dessa análise foram reunidos perfis de quatro profissionais nutricionistas na rede social Instagram, sendo estes da Região da Zona da Mata Mineira. Tais perfis foram comparados com o perfil do Inova&Nutri no que tange público alvo, assuntos similares, interação e engajamento do público com as publicações, avaliando se o Instagram é uma boa rede social para alavancar a Nutrição e os profissionais. Os dados são resultantes do ano de 2019 e compreende os meses entre Julho e Novembro.

Nas comparações referentes às postagens com maior número de curtidas, foi possível observar que os assuntos mais bem aceitos e curtidos no Inova&Nutri são similares aos dos outros profissionais, o que nos mostra que alguns assuntos são de maior relevância e interesse perante a comunidade que faz uso das redes sociais.

Para avaliação, foram enquadrados dois tópicos, Alimentação e Comportamento e Culinária e Hábitos Culturais, que relacionam o tipo de conteúdo do post. Para exemplificar segue abaixo alguns assuntos de cada tópico:

- Culinária e Hábitos Culturais - receitas, valor nutricional dos alimentos, alimentação intuitiva, hábitos alimentares e etc.
- Alimentação e Comportamento - emagrecimento, utilização de suplementos, alimentos destinados a pré/pós treino e etc.

Os post que se referem a Alimentação e Comportamento, captam maior engajamento, sendo posts com informações práticas sobre o alimento, porque consumir e a melhor forma, superando os temas ligados à Culinária e Hábitos Culturais.

Através dos resultados é possível observar que o engajamento é maior quando se tem mais seguidores, porém nem sempre o alcance do post é universal, por conta do algoritmo do aplicativo, que não entrega a todos o conteúdo postado, salientando que apesar do grande número de seguidores, a interação com o perfil nutricional nem sempre é equivalente.

**Tabela 1:** A mostragem do número de curtidas em relação ao número de seguidores total do perfil.

Temas	Profissional 1 98,7 mil seguidores	Profissional 2 16,5 mil seguidores	Profissional 3 8893 seguidores	Profissional 4 2992 seguidores	Instagram Inova&Nutri 612 seguidores
Alimentação e Comportamento	557 Curtidas	...	235 Curtidas	80 Curtidas	79 Curtidas
	728 Curtidas	...	...	87 Curtidas	50 Curtidas
	529 Curtidas	...	...	...	71 Curtidas
Culinária e Hábitos Culturais	...	224 Curtidas	...	78 Curtidas	45 Curtidas
	...	309 Curtidas	...	...	79 Curtidas.

**Tabela 2:** Amostragem do percentual de curtidas/interação do público; alcance do post comparado ao número total de seguidores.

Interação do público/ Tema (Porcentagem)	Profissional 1 98,7 mil seguidores	Profissional 2 16,5 mil seguidores	Profissional 3 8893 seguidores	Profissional 4 2992 seguidores	Instagram Inova&Nutri 612 seguidores
Alimentação e Comportamento	0,56%	...	2,64%	...	12,90%
	0,73%	...	...	...	8,16%
	0,53%	...	...	...	11,60%
Culinária e Hábitos	...	1,30%	...	2,60%	7,35%
Culturas	...	1,87%	...	...	12,90%

**Tabela 3:** Amostragem do número de curtidas por post, discriminados quanto ao assunto em pauta.

Temas Menos Curtidos nos últimos 4 meses	Profissional 1 98,7 mil seguidores	Profissional 2 16,5 mil seguidores	Profissional 3 8893 seguidores	Profissional 4 2992 seguidores	Instagram Inova&Nutri 612 seguidores
Alimentação e doenças crônicas:	...	...	30 Curtidas	...	21 Curtidas
Culinária	...	66 Curtidas	54 Curtidas	72 Curtidas	15 Curtidas
	...	95 Curtidas	66 Curtidas	...	15 Curtidas
	...	102 Curtidas	...	...	...
	...	109 Curtidas	...	...	...
	...	115 Curtidas	...	...	...
	...	118 Curtidas	...	...	...
	...	128 Curtidas	...	...	...
Importância das calorias	396 Curtidas	...	41 Curtidas	65 Curtidas	...
	...	...	...	69 Curtidas	...
Suplementos alimentares	344 Curtidas	...	42 Curtidas	...	20 Curtidas
	...	...	75 Curtidas	...	...
	...	...	...	...	...
	...	...	42 Curtidas	...	...
Dietas Específicas	351 Curtidas	...	47 Curtidas	72 Curtidas	19 Curtidas
	229 Curtidas	...	...	...	19 Curtidas
	367 Curtidas	...	...	...	...
	401 Curtidas	...	...	...	...

**Tabela 4:** Relação dos seguidores quanto ao sexo, em uma amostra de 20% do total; área de residência da maior parte do público.

Público Alvo:	Profissional 1 98,7 mil seguidores	Profissional 2 16,5 mil seguidores	Profissional 3 8893 seguidores	Profissional 4 2992 seguidores	Instagram Inova&Nutri 612 seguidores
Sexo/ Faixa de Idade:	Feminino	Feminino	Feminino	...	Feminino
	...	...	...	...	18 à 34 anos
Cidade:	Zona da Mata Rio de Janeiro	Zona da Mata	...	Juiz de Fora	Juiz de Fora

Alguns temas obtiveram mais curtidas, podendo ser considerados mais relevantes, com maior atenção do público, como Dietas Específicas e Uso de suplementos, e temas que geram menos interesse podem ser vistos como parte do que o público alvo procura nos perfis, sendo importante retratar que o maior público dos perfis nutricionais avaliados e do Inova&Nutri, com 82%, é feminino, entre 18 e 34 anos, confirmando o que M. SCULLY *et al.* pontua, como sendo mulheres e jovens meninas as mais interessadas no assunto estética, corpo e que também apresentam maior insatisfação quanto aos mesmos (M. SCULLY *et al.*, 2020).

A maior parte do público do Instagram Inova & Nutri encontra-se em uma cidade de porte médio na Zona da Mata Mineira. O perfil sofreu forte influência quanto a localização

dos seguidores, por ser um projeto relacionado a uma conceituada Universidade Federal. Quanto aos melhores horários de postagem, as publicações nos horários de 12:00h, 18:00h e 21:00h mostraram mais curtidas, com os dias de maior engajamento do público no aplicativo nas quartas-feira e quintas-feira, sendo estes já evidenciados por WAHID R.M. AND WADUD M., como os melhores horários para visibilidade e engajamento no perfil.

Por meio de análises feitas nos perfis dos 4 profissionais, foi visto que existem assuntos de maior e de menor interesse, em comum entre os perfis comparados. O número de seguidores, a maneira como o tema é apresentado, a linguagem/tom usado, o layout da foto, o horário da postagem, a interação através das novas ferramentas, como lives e stories são fatores que interferem no número de curtidas, e que por falta de informações não puderam ser analisados e comparados com o perfil do Inova&Nutri, já que são dados reservados apenas ao dono do perfil (APPEL G. *et al*,2020; KLASSEN K.M. *et al*,2018).

Além disso, observou-se que profissionais que interagem mais com o público, de forma real e diária, conseguiram atingir e selecionar um público alvo, obter maior número de seguidores e conseqüentemente maior número de curtidas. Vale ressaltar que com um maior número de seguidores o perfil obtém maior visibilidade, auxiliando o profissional no crescimento da carreira. No entanto, como já mencionado no artigo, o algoritmo do aplicativo é responsável pela entrega do conteúdo, e a forma como o perfil do profissional cresce não pode ser definida de maneira fidedigna, visto que atualmente há compra de seguidores, que não geram engajamento, e podem não auxiliar no aumento de pacientes/crescimento profissional do nutricionista (COTTER K., 2019). No entanto existem algumas ferramentas, como o Google Trends, que auxiliam o profissional na descoberta dos assuntos/tópicos mais procurados no momento, indicando quais as melhores formas de ganhar a atenção do público, ao escrever e falar sobre os temas de maior relevância.

Vale ressaltar que ferramentas como lives e stories, não foram abrangidas durante a realização do projeto, uma vez que a plataforma Instagram modifica-se com o passar do tempo e os mesmos não existiam no período analisado, o que pode ser considerado um fator determinante sob os resultados finais, mesmo assim é possível considerar que o perfil do Inova&Nutri obteve os resultados esperado porém em proporções menores.

## 6 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

As mídias sociais não são novidade, porém nem todo usuário sabe como alavancar seu trabalho através das mesmas, sendo necessário conhecimento sobre a ferramenta e prática sobre o que fazer e como tornar-se parte desse mundo virtual.

Após realização das análises, realizado em parceria com o Inova&Nutri, percebe-se que as mídias sociais são um excelente recurso para o crescimento profissional e disseminação de informações nutricionais, e que, dependendo da maior parte dos seguidores, quanto a sexo, idade e interesses, existem assuntos que geram mais engajamento, como

emagrecimento, suplementação, desordens alimentícias e receitas devendo estes serem tomados como abordagem principal para o crescimento do perfil do nutricionista.

No entanto, vale ressaltar que o algoritmo dos aplicativos ainda são os maiores responsáveis pela entrega do conteúdo, não sendo possível ao indivíduo prever uma maneira de aumentar o engajamento nas plataformas digitais, no entanto, atualmente, alguns sites são especializados em buscar quais os assuntos de maior interesse mundial, podendo auxiliar na descoberta de quais temas são mais pesquisados e poderiam levar a um número maior de curtidas. Sendo assim, a melhor estratégia para auxiliar o profissional no crescimento digital são as postagens diárias com informações de qualidade e baseadas em ciência, a interação com o público de forma realista, a utilização dos dados que o aplicativo disponibiliza a fim de agradar o público alvo, entre outras.

## REFERÊNCIAS

APPEL G. *et al*; **The future of Social Media in marketing.** *Journal of the Academy of Marketing Science* (2020) 48:79–95.

BARKLAMB A.M. *et al*; **Learning the Language of Social Media: A Comparison of Engagement Metrics and Social Media Strategies Used by Food and Nutrition-Related Social Media Accounts.** *Nutrients* *Set. 2020*, 12, 2839.

BALATSOUKAS P, KENNEDY CM, BUCHAN I, POWELL J, AINSWORTH J. **The role of social network Technologies in Online Health Promotion: a narrative review of theoretical and empirical factors influencing intervention effectiveness.** *J Med Internet Res.* 2015;17:e141. doi: 10.2196/jmir.3662.

BOURKE B.E.P., BAKER D.F. AND BRAAKHUIS A.J.; **Social Media as a Nutrition Resource for Athletes: A Cross Sectional Survey;** *International Journal of Sport Nutrition and Exercise Metabolism*, 2018.

COTTER K.; **Playing the visibility game: How digital influencers and algorithms negotiate influence on Instagram;** *New media & society*, v.21(4) 2019.

CHAU M.M, BURGUERMASTER M. AND MAMYKINA L.;**The use of social media in nutrition interventions for adolescents and young adults—a systematic review;** *International Journal of Medical Informatics*, 2018.

**GOOGLE TRENDS;** Acessado em fevereiro/março 2021.

GABRIEL M. **Marketing na era digital – Conceitos, plataformas e estratégias.** *São Paulo: Novatec Editora.* 2010.

HAMPTON, K. N., GOULET, L. S., RAINIE, L., & PURCELL K. **Social networking sites and our lives.** *Pew Internet and American Life Project.* 2011. Disponível em: <http://pewinternet.org/Reports/2011/Technology-and-social-networks.aspx>

HUNG, H.-T., YUEN, S. C.-Y. **Educational use of social networking technology in higher education.** *Teaching in Higher Education.* 2004; 15: 703-714.

IBGE; **IBGE educa crianças: Uso de Internet, televisão e celular no Brasil.** *Site do IBGE, acesso em Fev. 2021.*

KLASSEN K.M. *et al*; **What People “Like”: Analysis of Social Media Strategies Used by Food Industry Brands, Lifestyle Brands, and Health Promotion Organizations on Facebook and Instagram.** *J Med Internet Res,* 2018, vol.20.

KLASSEN K.M. *et al*; **Social media use for nutrition outcomes in young adults: a mixed-methods systematic review;** *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity,* 2018.

KOTLER P. **Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle.** 5ª Ed. São Paulo: Atlas. 1998.

LOFFT Z.; **When social media met Nutrition: how influencers spread misinformation, and why we believe them.** 2020

LYSON H.C. *et al*; **Social Media as a Tool to Promote Health Awareness: Results from an Online Cervical Cancer Prevention Study;** *Journal of Cancer Education,* 2019.

LIM MS, WRIGHT CJ, CARROTTE ER, PEDRANA AE. **Reach, engagement, and effectiveness: a systematic review of evaluation methodologies used in health promotion via social networking sites.** *Health Promot J Austr.* 2016;27:187–197.

doi: 10.1071/HE 16057

LYNCH M. **Healthy habits or damaging diets: an exploratory study of a food blogging community.** *Ecol Food Nutr.* 2010;49:316–335. doi: 10.1080/03670244.2010.491054.

M. SCULLY *et al*; **Social comparisons on social media: online appearance-related activity and body dissatisfaction in adolescent girls.** *Irish Journal of Psychological Medicine,* Aug 2020, pag 1-12.

MINISTÉRIO DA SAÚDE. **Desmistificando Dúvidas Sobre Alimentação e Nutrição.** *Universidade Federal de Minas Gerais.* 2016.

NGAI E.W.T.C, TAO S.S.C. AND MOON K.K.L.; **Social media research: Theories, constructs, and conceptual frameworks;** *International Journal of Information Management,* 2015.

SENSIS . **Sensis Social Media Report.** 2016.

SOCIAL MEDIA UPDATE, 2016. Disponível em: <http://www.pewinternet.org/2016/11/11/social-media-update-2016/> . Accessed 6 July 2019.

VANDELANOTTE C, MAHER CA. **Why we need more than just randomized controlled trials to establish the effectiveness of online social networks for health behavior change.** *Am J Health Promot.* 2015; 30:74–76. doi: 10.4278/ajhp.141204-CIT-605

WAHID R.M. AND WADUD M.; **SOCIAL MEDIA MARKETING ON INSTAGRAM: WHEN IS THE MOST EFFECTIVE POSTING TIMING?**. *EPRA International Journal of Multidisciplinary Research*, July 2020, v.6.

## ÍNDICE REMISSIVO

### A

Adolescentes 88, 127, 129, 144, 145, 146, 147, 148, 149, 150, 151, 152, 153, 154, 160, 163, 166, 167, 210, 211, 212, 213, 214, 216, 217, 218, 219, 220, 221, 222, 223, 224, 226, 243

Aleitamento Materno 98, 104, 110, 114, 119, 120, 121

Alergia Alimentar 98, 99, 100, 105, 106

Algoritmo 74, 75, 80, 82, 83

Alimentação Saudável 43, 51, 54, 120, 144, 151, 155

Amamentação 102, 110, 111, 113, 117, 119, 122, 123, 125, 126, 127, 128, 129, 130, 138, 139, 180, 193, 196, 197

Antropometria 14, 193, 197

Autismo 55, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 70, 72

### C

Carência nutricional 63

Cirurgia Bariátrica 168, 169, 170, 171, 172, 173, 174, 175, 176, 177

Comportamento Alimentar 4, 22, 23, 55, 56, 58, 59, 60, 62, 63, 65, 66, 68, 69, 71, 131, 141, 145, 149, 156, 157, 158, 159, 161, 162, 163, 164, 165, 166, 167, 182, 183

Comportamento Materno 131

Consumo alimentar 1, 8, 13, 14, 15, 16, 23, 26, 27, 28, 29, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 49, 50, 111, 113, 114, 116, 121, 129, 133, 136, 138, 221, 223, 232, 233, 234, 237, 238, 239, 244

Consumo de alimentos 8, 13, 15, 18, 20, 22, 24, 27, 34, 36, 37, 43, 51, 52, 60, 116, 129, 159, 164, 182, 202, 208, 211, 214, 216, 218, 220, 226, 227, 230, 232, 233

Criança 56, 57, 58, 59, 60, 64, 65, 100, 104, 108, 109, 110, 111, 112, 114, 115, 116, 117, 118, 124, 125, 126, 127, 129, 136, 139, 140, 145, 154, 190, 192, 194, 195, 198, 204, 208, 223

Crianças 6, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 22, 23, 24, 25, 40, 51, 52, 53, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 84, 88, 98, 99, 100, 101, 102, 103, 104, 105, 106, 108, 109, 110, 111, 112, 113, 114, 115, 116, 117, 118, 119, 120, 121, 122, 123, 124, 125, 126, 128, 129, 132, 133, 135, 136, 137, 138, 139, 140, 141, 145, 155, 189, 190, 192, 193, 194, 195, 196, 197, 198, 202, 204, 205, 206, 207, 208, 209, 210, 213, 218, 226, 228, 229, 230, 243

### D

Depressão 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 138, 160, 170, 174, 184

Dieta 1, 2, 3, 4, 5, 7, 8, 18, 19, 22, 33, 34, 36, 37, 38, 41, 42, 49, 56, 57, 58, 78, 88, 91,

93, 95, 96, 104, 122, 131, 133, 135, 136, 137, 138, 139, 140, 144, 145, 151, 152, 153, 160, 186, 202, 230, 233, 234, 236

Digital Influencers 75, 83

## **E**

Educação Nutricional 55, 56, 58, 60, 125, 225, 230

Engajamento 74, 75, 78, 80, 82, 83, 190, 198

Escola 16, 24, 70, 86, 96, 129, 144, 145, 146, 148, 149, 150, 152, 153, 154, 155, 189, 204, 205, 206, 207, 209, 213, 216, 217, 222, 223, 225, 226, 227, 231, 238, 241, 242

Escolares 13

Estado Nutricional 33, 38, 71, 108, 119, 120, 121, 188, 211, 217

## **F**

Fibras 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 68, 218, 227

Futebol 26, 27, 28, 31, 32, 33

## **I**

Idosos 6, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50

Imagem Corporal 156, 157, 159, 160, 162, 164, 165, 166, 167, 168, 169, 170, 171, 173, 174, 176, 177, 183

Impactos 61, 108, 109, 115, 117, 118, 144, 146, 148, 149, 152, 153, 156, 157, 160, 161, 170, 173, 174, 187

Infância 14, 15, 56, 57, 65, 104, 122, 124, 127, 135, 136, 145, 148, 155, 189, 190, 191, 192, 194, 195, 196, 197, 198, 204, 208, 223, 229, 230

Ingestão de Alimentos 131

Instagram 74, 75, 76, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 85

## **M**

Mídias Sociais 74, 75, 76, 77, 78, 79, 82, 160

Mulheres 6, 27, 28, 32, 34, 37, 46, 67, 77, 81, 88, 122, 127, 131, 132, 133, 135, 136, 137, 138, 139, 140, 141, 163, 165, 167, 170, 172, 174, 176

## **N**

Networking 75, 83, 84

Neurociências 63

Nutrição 2, 9, 1, 2, 3, 4, 13, 24, 26, 33, 37, 42, 49, 50, 54, 55, 56, 58, 61, 63, 67, 74, 76, 77, 78, 79, 80, 84, 86, 87, 88, 89, 93, 94, 95, 96, 105, 106, 110, 111, 113, 114, 117, 120, 121, 127, 130, 131, 138, 145, 152, 155, 156, 161, 162, 164, 166, 167, 168, 178, 180, 181, 183, 186, 187, 188, 190, 191, 195, 197, 220, 223, 226, 227, 230, 238, 239, 240, 242, 244, 245

Nutrição da Criança 131

Nutrição enteral 42, 86, 87, 89, 93, 94, 95, 96

Nutrição infantil 63

Nutrientes 1, 2, 3, 6, 24, 28, 29, 36, 38, 88, 108, 109, 110, 118, 139, 145, 150, 163, 179, 183, 190, 227, 228

## O

Obesidade 2, 4, 15, 49, 60, 68, 108, 117, 118, 124, 138, 145, 151, 161, 164, 167, 168, 169, 170, 171, 172, 173, 174, 175, 176, 177, 180, 187, 191, 199, 203, 214, 217, 219, 220, 221, 222, 223, 226, 227, 230

Obstipação 39, 40, 41, 44

## P

Padrões de dieta 1, 3, 135

Pobreza 122, 192, 195, 199

Propagar 156

## R

Recém-Nascido Prematuro 87, 88, 93, 96

## S

Saúde 2, 9, 1, 2, 3, 4, 6, 7, 9, 15, 16, 23, 24, 26, 27, 28, 29, 33, 34, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 47, 49, 50, 52, 53, 54, 55, 58, 60, 61, 62, 65, 68, 70, 71, 74, 75, 77, 78, 79, 84, 86, 88, 89, 94, 95, 96, 99, 100, 101, 107, 109, 110, 111, 113, 114, 117, 118, 119, 120, 121, 122, 123, 124, 125, 127, 128, 129, 130, 132, 133, 136, 144, 145, 146, 147, 148, 149, 150, 151, 152, 153, 154, 155, 156, 158, 160, 161, 162, 164, 166, 168, 170, 171, 174, 175, 176, 177, 178, 179, 180, 181, 182, 183, 185, 186, 187, 188, 189, 190, 192, 194, 195, 199, 201, 202, 204, 205, 206, 207, 208, 209, 210, 211, 212, 213, 214, 218, 219, 220, 221, 222, 223, 224, 225, 226, 227, 228, 229, 230, 238, 239, 240, 241, 242, 243, 244

Seletividade Alimentar 56, 58, 59, 60, 62, 66, 67, 70, 72

## T

Trabalhar 52, 53, 117, 144, 145, 146, 148, 152, 153, 154, 181, 184, 185, 227, 228

Transformação 76, 156

Transtorno do Espectro Autista 62, 63, 64, 65, 67, 71, 72

Transtornos da Alimentação 131

Transtornos mentais 1, 2, 9, 70, 180, 181, 182, 187

## U

Unidade de Terapia Intensiva Neonatal 87, 88, 89, 95, 96

## V

Vaidade 156

## Z

Zona Rural 13, 14, 15, 20, 22, 23, 50

# ALIMENTOS, NUTRIÇÃO E SAÚDE

# 2

 [www.atenaeditora.com.br](http://www.atenaeditora.com.br)

 [contato@atenaeditora.com.br](mailto:contato@atenaeditora.com.br)

 @atenaeditora

 [www.facebook.com/atenaeditora.com.br](http://www.facebook.com/atenaeditora.com.br)

# ALIMENTOS, NUTRIÇÃO E SAÚDE

# 2

-  [www.atenaeditora.com.br](http://www.atenaeditora.com.br)
-  [contato@atenaeditora.com.br](mailto:contato@atenaeditora.com.br)
-  @atenaeditora
-  [www.facebook.com/atenaeditora.com.br](http://www.facebook.com/atenaeditora.com.br)