

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

Laiza Pereira Gonçalves Souto¹, Juliana Marciano Ayala¹, Analy Machado de Oliveira Leite², Francisco Martins Teixeira², Juliana Tomaz Pacheco Latini², Jéssica Chaves Rivas³

Resumo: As mídias sociais podem ser utilizadas como ferramenta de divulgação de informações. Esse trabalho relata as atividades realizadas pelo projeto de extensão "Farmalimentos", utilizando o Instagram® como meio de divulgação de conteúdo científico na área de ciência dos alimentos, no intuito de combater as desinformações disseminadas pela sociedade. O projeto é composto por discentes e docentes do curso de Farmácia da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Os temas dos posts foram definidos em conjunto, elaborados pelos discentes, sob supervisão dos docentes orientadores. Durante o período de 12 de novembro de 2019 a 02 de setembro de 2021, ocorreram 31 publicações na conta @farmalimentos. Os quadros "Você sabia?", "Mito ou verdade?" e "Fraudes alimentares" tiveram alcance de 974, 775 e 754 contas, respectivamente. Esperamos ter contribuído para a formação dos estudantes e divulgação de informações fidedignas para população, de forma a auxiliar na escolha por alimentos mais saudáveis e seguros.

Palavras-chave: Alimentos. Desinformações. Divulgação científica. Postagens. Redes sociais.

Área Temática: Saúde.

Use of Instagram® as a strategy for disseminating knowledge about food science

Abstract: Social media can be used as a tool for disseminating information. This work reports the activities carried out by the extension project "Farmalimentos", using Instagram® as a means of disseminating scientific content in the area of food science, in order to combat misinformation disseminated by society. The project is composed by students and professors from the Pharmacy course at the Federal University of Rio de Janeiro (UFRJ). The themes of the posts were defined together, elaborated by the students, under the supervision of the guiding professors. During the period from November 12, 2019 to September 2, 2021, there were 31 publications on the account @farmalimentos. The frame "Did you know?", "Myth or truth?" and "Food fraud" reached 974, 775 and 754 accounts, respectively. We hope to have contributed to the training of students and the dissemination of reliable information to the population, in order to help them choose healthier and safer foods.

Keywords: Foods. Misinformation. Scientific divulgation. Posts. Social media.

Uso de Instagram® como estrategia de difusión del conocimiento sobre ciencia de los alimentos

Resumen: Las redes sociales se pueden utilizar como una herramienta para difundir información. Este trabajo da cuenta de las actividades realizadas por el proyecto de extensión "Farmalimentos", utilizando Instagram® como medio de difusión de contenidos científicos en el campo de la ciencia de los alimentos, con el fin de combatir la desinformación difundida por

¹ Bacharel em Farmácia pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ).

² Docente do Instituto de Ciências Farmacêuticas do Centro Multidisciplinar da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ).

³ Docente do Instituto de Ciências Farmacêuticas do Centro Multidisciplinar da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), Coordenadora do Projeto de Extensão Farmalimentos. E-mail: jessicachavesrivas@yahoo.com.br.

la sociedad. El proyecto está compuesto por estudiantes y profesores del curso de Farmacia de la Universidad Federal del Rio de Janeiro (UFRJ). Los temas de los puestos fueron definidos en conjunto, elaborados por los estudiantes, bajo la supervisión de los profesores guías. Durante el período del 12 de noviembre de 2019 al 2 de septiembre de 2021 se realizaron 31 publicaciones en la cuenta @farmalimentos. Los cuadros "¿Sabías que?", "¿Mito o verdad?" y "Fraude alimentario" alcanzó 974, 775 y 754 cuentas, respectivamente. Esperamos haber contribuido a la formación de los estudiantes y la difusión de información confiable a la población, para ayudarlos a elegir alimentos más saludables y seguros.

Palabras clave: Alimentación. Desinformación. Divulgación científica. Postes. Redes sociales

INTRODUÇÃO

Desde sua criação no século XX a internet é um grande marco tecnológico e vem se reinventando com grandes inovações. O progresso do setor de tecnologia da informação 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. Nesse sentido, atualmente, a internet pode servir como uma ferramenta de alcance de um grande número de indivíduos, com o objetivo de disseminar informações relevantes, conhecimentos autênticos e com base científica.

A extensão universitária possui papel relevante tanto para ampliar o alcance das ações desenvolvidas pelas Instituições de Ensino Superior (IES), considerando o princípio da indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão trazido pela Constituição Federal, quanto para o atendimento e busca de soluções aos anseios e demandas trazidos pela sociedade. 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 social. Como resultado, o conteúdo torna-se diverso, multi e interdisciplinar (RODRIGUES *et al.*, 2013; CARBONARI; PEREIRA, 2007). Sendo assim, essas atividades também podem ser aplicadas para troca de saberes e divulgação científica dos avanços recentes da ciência dos alimentos.

O estudo da ciência dos alimentos é multidisciplinar, contemplando diversas disciplinas como biologia, biotecnologia, química, microbiologia, nutrição, ciências sensoriais, dentre outras. Dentro da área são abordados temas diversos como as propriedades físicas, químicas e biológicas dos alimentos e suas relações com estabilidade, custo, processamento, segurança, valor nutricional, salubridade e conveniência (FENNEMA, 2010; FLOROS *et al.*, 2010).

Por outro lado, com a atual aplicação dos recursos tecnológicos disponíveis, de forma a influenciar, divulgar e compartilhar conteúdos, é importante considerar a questão em relação à qualidade das informações que são repassadas. As mídias digitais são um canal de rápido acesso para a população, com poder imediato de disseminação das informações. Tal fato, pode desencadear sérios problemas relacionados à saúde pública, quando são utilizadas para difundir notícias falsas promulgadas mundialmente, chamadas de *fake news* (DE SOUZA *et al.*, 2020).

OBJETIVOS

Essa pesquisa teve como objetivo principal relatar a experiência das atividades realizadas pelo projeto de extensão “Farmalimentos” da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), através da utilização da rede social *Instagram*® como uma estratégia para troca de informações, educação em saúde e divulgação de conteúdo científico, na área de ciência dos alimentos.

O trabalho teve como objetivos específicos: analisar o perfil de seguidores da página, observar o alcance das informações divulgadas, o retorno dos seguidores às postagens, além de contribuir para formação dos estudantes.

METODOLOGIA

Perfil Farmalimentos

O projeto de extensão Farmalimentos surgiu da necessidade de 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.

A análise dos dados abrange o período de 12 de novembro de 2019 a 02 de setembro de 2021. Dessa maneira, o presente estudo é quantitativo e qualitativo, com abordagem de caráter analítico observacional, envolvendo a rede social *Instagram*®.

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. O tópico *insights* foi acessado no aplicativo e selecionado o tópico *seu público*, possibilitando assim, visualizar as informações sobre faixa etária, gênero e localização dos usuários que acompanham a conta do “Farmalimentos”.

Quadros do perfil Farmalimentos

As publicações foram divididas em 3 quadros, sendo intitulados “Mito ou verdade?”, “Fraudes alimentares” e “Você sabia?”. Para selecionar os temas que foram abordados em cada quadro foram realizadas reuniões periódicas, seguido da escolha aleatória das duplas de discentes para produção textual. Além disso, as imagens postadas também foram criadas pelos discentes através do aplicativo Canva®.

Sendo assim, foi realizada a pesquisa por meio de artigos na temática proposta, utilizando as plataformas de busca Scielo, Periódicos Capes e Google Acadêmico. Os critérios de inclusão para otimizar a seleção de artigos foram restritos aos idiomas português e inglês, tendo em vista a considerável relevância dos trabalhos publicados nesses idiomas. Em relação ao ano de publicação, não houve limite definido para a busca. Após a formulação do texto pelos discentes, os docentes orientadores faziam correções, sugestões e ponderações para cada publicação elaborada pela equipe.

O quadro “Fraudes alimentares” tem o intuito de informar a principal intenção ao ato de fraudar, os alimentos mais passíveis de ações fraudulentas e suas adulterações, os riscos à saúde do consumidor, as medidas de como evitar ser ludibriado e formas de identificação da fraude, quando possível, sem métodos analíticos.

O quadro “Mito ou verdade?” se destina a sanar as dúvidas que surgem no dia a dia da população, relacionadas às famosas *fake news* compartilhadas e ainda aqueles assuntos discutidos na sociedade, buscando solucionar se é verdade ou mito aquela informação propagada.

O quadro “Você sabia?” foi criado para esclarecer alguma utilização, benefício nutricional ou outros aspectos relevantes e desconhecidos sobre determinado alimento. A intenção deste quadro é indagar o leitor dentro de um processo de interação dialógica, característico das ações de extensão.

Alcance das postagens

Para a análise dos *posts* compartilhados os critérios de avaliação estabelecidos pelo projeto foram as métricas disponibilizadas pelo próprio *Instagram*®: número de seguidores conquistados para o perfil, número de compartilhamentos, salvamentos, curtidas, visualizações dos *posts* criados, IGTV, *reels*, *stories* e também através da interação por meio das ferramentas disponíveis e dúvidas por *direct*.

Todos os dados acessados foram compilados e serão apresentados e discutidos no tópico abaixo.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Perfil Farmalimentos

No dia 18 de novembro de 2019 foi criada pela equipe uma conta pública no aplicativo *Instagram*® pelos alunos do curso de Farmácia do Instituto de Ciências Farmacêuticas do Centro Multidisciplinar UFRJ-Macaé, com ID de usuário nomeado @farmalimentos. A denominação “farma + alimentos”, tem o desígnio de evidenciar algumas informações importantes na área de alimentos por futuros profissionais farmacêuticos. Foi apresentado a logomarca exclusiva do grupo associando figuras de alimentos e medicamentos sendo assim possível identificar o perfil nas redes sociais, o projeto e suas atividades.



Figura 1 - Logomarca exclusiva do Projeto de Extensão Farmalimentos.

Fonte: Próprios autores.

Análise do perfil dos seguidores da página

Foi realizada a análise de dados do perfil dos seguidores da página que é disponibilizado pelo *Instagram*®. Por ser uma conta pública e voltada para divulgação, foi possível conhecer cidade, faixa etária, gênero e períodos mais ativos dos usuários.

O perfil Farmalimentos possuía 682 seguidores ativos no momento das análises dos dados, 02 de setembro de 2021. Das principais localizações dos seguidores, o maior percentual, cerca de 25,4%, estão localizados no município de Macaé, cidade em que está situado o Centro Multidisciplinar UFRJ - Macaé, a qual o projeto está inserido. A segunda principal localização dos seguidores foi a cidade do Rio de Janeiro com 13,8% dos seguidores, onde está localizada a sede da UFRJ. Além disso, a cidade de Rio das Ostras atingiu percentual de 10% dos seguidores, sendo a cidade vizinha mais próxima de Macaé.



Figura 2 - Localização dos seguidores do perfil Farmalimentos.

Fonte: Próprios autores.

Em relação à faixa etária, o maior percentual atingido foi a faixa etária de 25 a 34 anos totalizando 32,8 % dos seguidores (Figura 3). A faixa etária de 18 a 24 anos representa 30% dos seguidores. De acordo com pesquisa realizada pelo IBGE (2021) os maiores usuários de internet são indivíduos na faixa etária de 20 a 24 anos e 25 a 29 anos.

Os indivíduos com faixa etária de 35 a 44 anos também demonstram interesse na página representando 21,3% dos seguidores (Figura 3). Segundo IBGE (2021) houve um crescimento mais acelerado do uso de internet nas idades mais elevadas em 2019, o que pode ter sido propiciado pela evolução nas facilidades para o uso desta tecnologia e na sua disseminação no cotidiano da sociedade. O número expressivo desses seguidores pode estar relacionado com o fato de que indivíduos de maior faixa etária (35 a 40 anos) geralmente, demonstrarem maior preocupação com a alimentação e possuírem melhores hábitos de consumo (DE ALMEIDA *et al.*, 2018).



Figura 3 - Faixa etária dos seguidores do perfil Farmalimentos.
Fonte: Próprios autores.

O gênero dos usuários que acompanham o perfil “@farmalimentos” se apresentou majoritariamente feminino, 84,2% (Figura 4). Isso pode ser explicado devido aos padrões de beleza pré-estabelecidos pela sociedade, a busca pelo corpo perfeito e bonito que é muito comum entre as 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.

Gênero

dos seus seguidores



Figura 4 - Gênero dos seguidores do perfil Farmalimentos.

Fonte: Próprios autores.

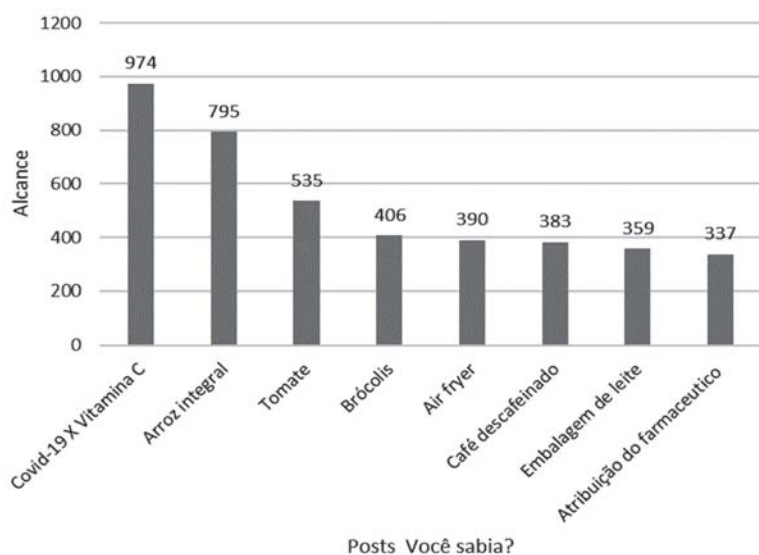
Quadros do perfil Farmalimentos e alcance das postagens

Dentre os quadros realizados no perfil, o que mais se destacou com o público foi o quadro “Você sabia?”. Essas publicações fornecem ao leitor conteúdos que auxiliam em escolhas alimentares mais saudáveis, informações sobre determinada propriedade de um alimento para saúde, curiosidades de embalagens, bem como dicas de preparo para aproveitar

o máximo de nutrientes dos alimentos. Isto se torna ainda mais importante em um cenário mundial, onde são evidentes as alterações nas práticas alimentares da sociedade globalizada e os constantes avanços das indústrias alimentícias. Logo, o uso das mídias sociais para compartilhar o conhecimento, por meio de publicações informativas, pode ser uma prática eficaz na luta contra o surgimento de doenças crônicas relacionadas à má alimentação da população brasileira (FLOROS *et al.*, 2010, NEVES. COUTINHO, 2016).

A temática “Você sabia?!”, no momento da análise dos dados, apresentava oito postagens, com o maior número de contas alcançadas, os temas sobre Covid-19 x Vitamina C (974), preparo do arroz integral (795) e o benefício do aquecimento do tomate (535) (Gráfico 1).

Gráfico 1 - Alcance de contas por postagens do quadro "Você sabia?".



Fonte: Próprios autores.

Dentre essas postagens, a de maior engajamento com o perfil foi a de Covid-19 x Vitamina C (Figura 5) com 29 compartilhamentos e 75 curtidas. Essa postagem foi realizada no dia 13 de abril de 2020, período em que se iniciava a quarentena imposta em muitas cidades brasileiras devido à pandemia do novo Coronavírus. Em consequência da quarentena que proibiu o contato físico, por meio do distanciamento social, a utilização da internet foi intensificada como forma de comunicação e meio de busca de informações, aumentando as chances do contato com as notícias/postagens falsas. Tal fato 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).

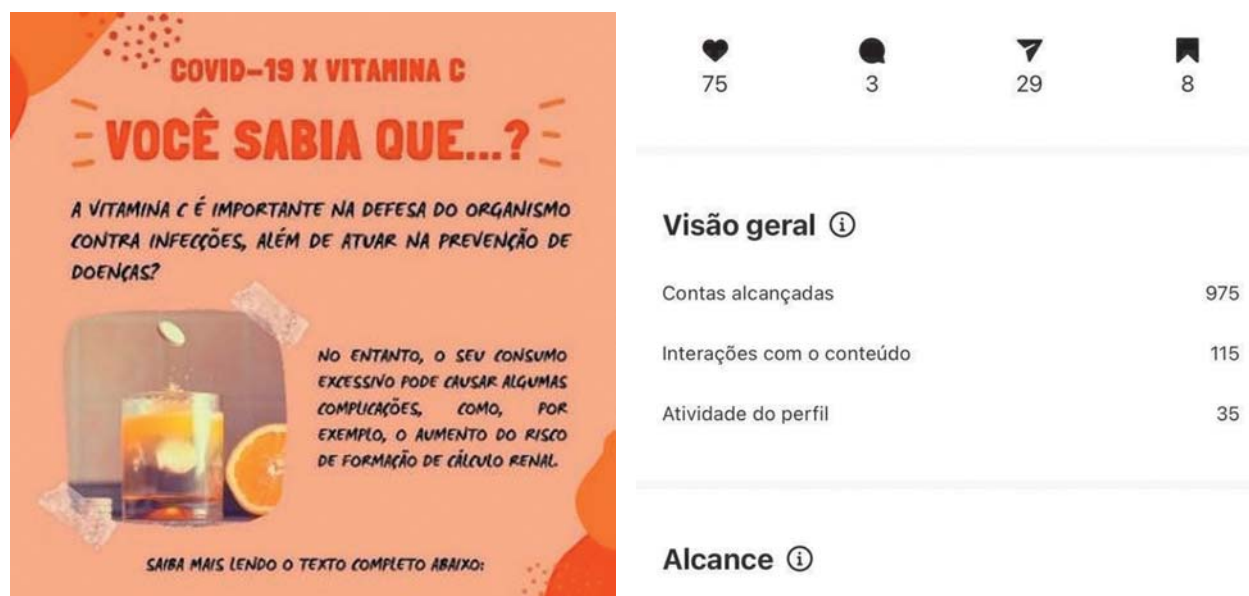
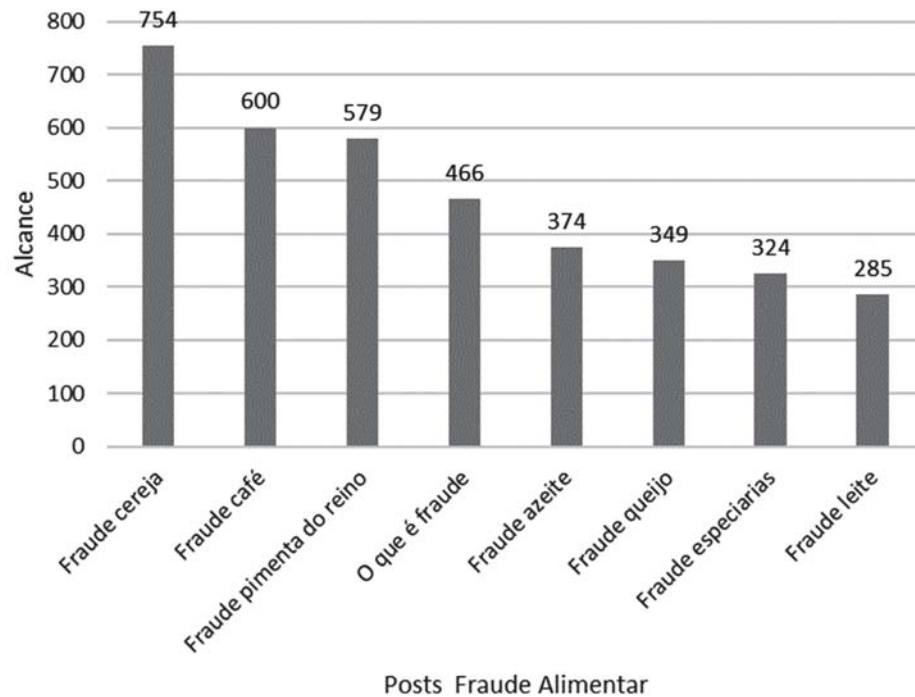


Figura 5 - Post Covid-19 x Vitamina C e interações da publicação.
Fonte: Próprios autores.

O quadro intitulado “Fraude Alimentar” obteve um retorno excelente do público, com oito publicações (Gráfico 2). 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 ocorrem as fraudes alimentares, quais são os alimentos mais propensos às fraudes e as formas mais usadas pelos fraudadores para lucrar, enganando o consumidor. Dessa forma, em alguns casos, por meio do conhecimento adquirido, a sociedade pode eleger o consumo de alimentos de uma maneira mais consciente, minimizando os riscos à aquisição de produtos fraudados.

Gráfico 2 - Alcance de contas por postagens do quadro Fraude Alimentar.



Fonte: Próprios autores.

Um exemplo bastante discutido entre os seguidores com maior interação (19 comentários, 104 curtidas, nove compartilhamentos e 13 salvamentos) foi a publicação de fraude na pimenta-do-reino (Figura 6), uma importante especiaria comercializada no mundo todo que é fraudada com semente de mamão (SOUZA, 2017).

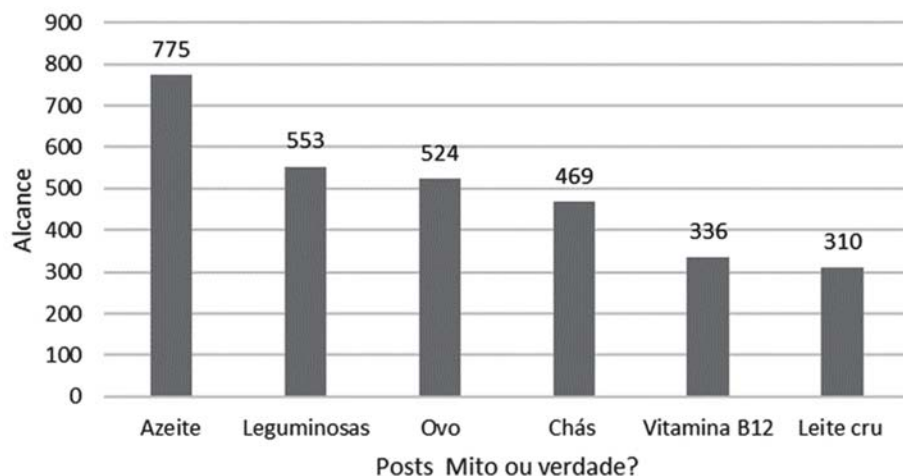


Figura 6 - Post Fraude na pimenta-do-reino e interações da publicação.

Fonte: Próprios autores.

As postagens cujos temas estão relacionados ao quadro “Mito ou Verdade?” também alcançaram um número de usuários expressivo (Gráfico 3). Destaca-se a função relevante desse tipo de publicação, uma vez que possibilita ao usuário ter acesso a informações confiáveis, relacionadas às práticas populares já consolidadas na sociedade, mas sem evidências científicas que as justifiquem.

Gráfico 3 - Alcance de contas por postagens do quadro Mito ou verdade?.



Fonte: Próprios autores.

A publicação com maior interação dentro dessa temática foi acerca do aquecimento do azeite de oliva, alcançando 775 contas. O azeite de oliva é muito utilizado na cozinha dos brasileiros, gerando inúmeras dúvidas aos consumidores, quanto a melhor forma de uso, em relação a seu aquecimento. Sendo assim, já era esperado que houvesse grande interação da população com o conteúdo transmitido na publicação. Além disso, o azeite de oliva possui sabor característico apreciado e é um produto de alto valor comercial, sendo um dos principais alimentos passíveis de sofrer algum tipo de fraude alimentar (NOGUEIRA DE ALMEIDA *et al.*, 2015; POMBO, 2015).

Postagens na forma de IGTV

O IGTV até o dia 05/10/2021 era a forma com a qual os usuários do *Instagram* postavam vídeos. Foram publicadas 5 postagens na forma de IGTV no perfil. O primeiro IGTV foi sobre a divulgação do e-book “Sistema Imunológico: Especificidades da Covid-19” que contou com a participação de professora integrante do Projeto Farmalimentos. O segundo IGTV publicado foi sobre o artigo “Recomendações para serviços de alimentação no contexto de pós-pandemia de Covid-19” de autoria dos professores integrantes do projeto. O terceiro IGTV está relacionado com a divulgação da cartilha “Higienização de alimentos em tempos de Covid-19” que foi elaborada pelos integrantes do projeto. O quarto IGTV foi a divulgação de um vídeo explicativo sobre práticas de higienização de alimentos em tempos de Covid-19. O último IGTV publicado foi sobre a reportagem realizada sobre o Projeto Farmalimentos no jornal O Debate em Macaé no dia 12 de maio de 2020.

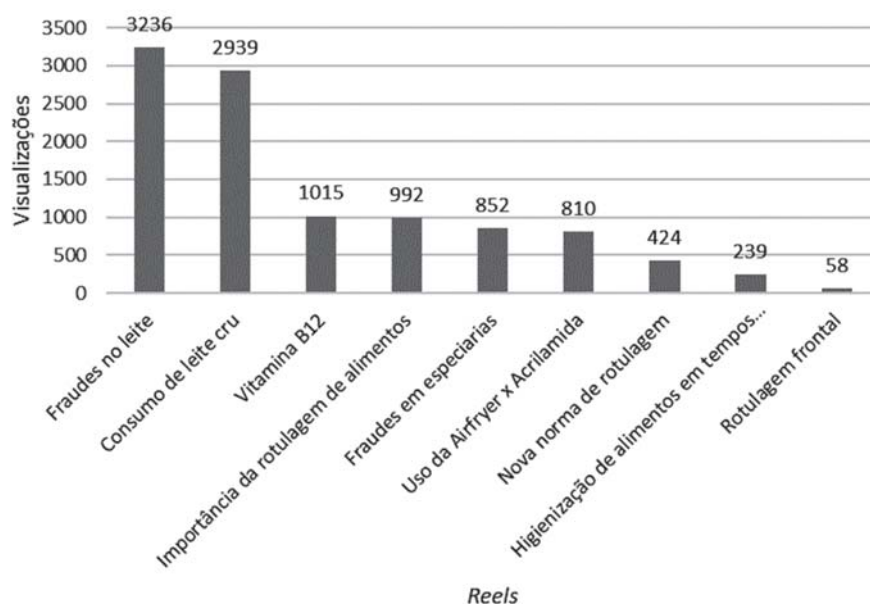
Foi possível observar que o engajamento das publicações com o tema da Covid-19 levou as pessoas buscarem as informações anunciadas no IGTV como a cartilha “Higienização de alimentos em tempos de Covid-19”, que teve 718 visualizações pelo acesso do *Linktree* do perfil do projeto. Porém, a cartilha também foi publicada em outros meios de comunicação, fato que pode ter gerado um alcance ainda maior e de um público diferente do que aquele que acompanha o perfil do @farmalimentos.

O aumento das atividades de divulgação científica tem tornado o público mais atento e exigente com os conteúdos, com um maior senso crítico da realidade e das escolhas ao acesso das informações. Dessa forma, a população torna-se menos vulnerável às *fake news*, como foi o caso das notícias falsas disseminadas frequentemente nas redes sociais, ao longo da pandemia da Covid-19 (DANTAS; DECCACHE-MAIA, 2020).

Reels e número de visualizações

As publicações na forma de *reels* são muito utilizadas para o aumento do engajamento do perfil. Sendo assim, as mesmas foram utilizadas para divulgação dos *posts*, com 9 publicações. As publicações que obtiveram maiores visualizações foram sobre “Fraudes no leite” com 3236 visualizações, “Leite cru pode ser consumido?” com 2939 visualizações e “Vitamina B12” com 3236 visualizações (Gráfico 4). O uso das ferramentas multimidiáticas que estão à disposição nas redes sociais tendem a impulsionar a difusão de informações, dados, anúncios e resultados de pesquisas a partir da interatividade promovida por meio de curtidas e compartilhamentos (BARBOSA; SOUZA, 2017). Neste contexto, o uso das ferramentas disponíveis nas redes pode ser útil para atingir um maior número de seguidores, visualizações e interações com o público sobre os temas publicados, de forma a auxiliar na disseminação da informação.

Gráfico 4 - Alcance de visualizações por postagens no formato de *Reels*.



Fonte: Próprios autores.

Stories

A ferramenta *stories* consiste na possibilidade de publicar fotos ou vídeos que ficam acessíveis por até 24 horas. Durante o período analisado foram publicados 193 *stories*. Os *stories* foram utilizados para a realização de 21 enquetes. As enquetes elaboradas tiveram diversas finalidades, como sugestões de temas pelos seguidores para os *posts*, verificação se o tema apresentado foi compreendido pelos seguidores e consulta sobre hábitos alimentares. Além disso, a ferramenta também foi utilizada para divulgarmos as ações de extensão realizadas no projeto, as participações dos integrantes em eventos científicos e convites à comunidade para acompanhar as atividades realizadas pelo projeto.

Com a repercussão das publicações 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 (BEZERRA *et al.*, 2021).

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. Dessa forma, divulgar a ciência por meio de redes sociais, como o *Instagram*®, é uma boa estratégia, quando se pretende que ocorra uma integração virtual da Universidade com o público externo.

Na visão dos discentes, o projeto Farmalimentos é muito relevante para o crescimento dos envolvidos, pois nele é possível estimular a leitura de artigos científicos, além do aprendizado quanto à pesquisa científica. A participação no projeto também promove uma busca mais precisa por informações de qualidade, não somente acerca de assuntos acadêmicos, mas também em assuntos do cotidiano, principalmente aqueles relacionados a alimentos e o combate das *fake news*.

A interação com o público leigo também foi de extrema importância, pois, foi possível conhecer outras maneiras de pensar, o que já eram de conhecimento dos nossos leitores, assim como os costumes que são passados de geração em geração, gerando uma interação e troca de informações muito relevantes. Assim como a interação com outros alunos e professores de diferentes cursos, como o curso de Nutrição.

CONCLUSÕES

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 no combate às desinformações propagadas. O desenvolvimento do projeto pauta-se na divulgação científica de qualidade presente na Universidade e fornecida à população para seu benefício, onde há uma interação dialógica com troca de

saberes entre os conhecimentos científicos e os conhecimentos populares, prevalecendo o bom senso e os resultados trazidos por evidências testadas e comprovadas cientificamente. 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 conscientização, com relação à alimentação, consumo e estilo de vida saudáveis.

Como perspectivas de trabalhos futuros, o projeto tem como uma de suas metas realizar eventos virtuais para obtenção de um canal de troca de conhecimentos entre membros do projeto, profissionais do município, seguidores do perfil @farmalimentos e interessados nos temas propostos na área das ciências de alimentos.

AGRADECIMENTOS

Os autores do trabalho agradecem ao Programa Institucional de Fomento Único de Ações de Extensão da Universidade Federal do Rio de Janeiro pela bolsa concedida.

REFERÊNCIAS

BARBOSA, Cristiane; SOUSA, Jorge Pedro. Comunicação da Ciência e Redes Sociais: um olhar sobre o uso do Facebook na divulgação científica. *Cibercultura: circum-navegações em redes transculturais de conhecimento, arquivos e pensamento*. Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade. Universidade do Minho, Portugal, 2017.

BROFMAN, Paulo Robert. A importância das publicações científicas. *Revista Telfract*, v. 1, n. 1, p. 419-421, 2018.

CARBONARI, Maria Elisa Ehrhardt; PEREIRA, Adriana Camargo. A extensão universitária no Brasil, do assistencialismo à sustentabilidade. *Revista de Educação*, v. 10, n. 10, p. 23-28, 2007.

CARVALHO-SOUZA, Gustavo Freire de; SILVA, Priscila Maria dos Santos; SILVA, Ricardo Marques; RIBEIRO, Henrique Colombini Browne; TINÔCO, Moacir Santos. Importância da produção de eventos científicos na formação acadêmica: a experiência da I Semeia. *In: SEMOC-Semana de Mobilização Científica-Agenda 21 Compromisso Com a Vida*, 2008.

DA SILVA, Alana Vieira; PINTO, Fernanda Sales; DA SILVA, Marta Lorena Bezerra; TEIXEIRA, Juliana Fernandes. A Influência do Instagram® no cotidiano: Possíveis Impactos do Aplicativo em seus usuários. *In: XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste – São Luís - MA*, 2019.

DANTAS, Luiz Felipe Santoro; DECCACHE-MAIA, Eline. Divulgação científica no combate às fake news em tempos de Covid-19. *Research, Society and Development*, v. 9, n. 7, p. e797974776-e797974776, 2020.

DE ALMEIDA, Simone Gonçalves; DE ALMEIDA, Andréa Gonçalves; DOS SANTOS, André Luiz; SILVA, Marcela Leandro. A Influência de uma Rede Social nos Padrões de Alimentação de Usuários e Profissionais de Saúde Seguidores de Perfis Fitness. *Ensaio e Ciência*, v. 22, n. 3, p. 194-200, 2018.

DE SOUZA, Thaís dos Santos; FERREIRA, Fabrício Barbosa; BRONZE, Káriton Magalhães; GARCIA, Rayssa Valandro; DE REZENDE, Daniel Fraga; DOS SANTOS, Pérola Rodrigues; GADELHA, Sandra Rocha. Mídias sociais e educação em saúde: o combate às Fake News na pandemia da COVID-19. *Enfermagem em Foco*, v. 11, n. 1. P 124-130, 2020.

FENNEMA, Owen. R., DAMODARAN, Srinivasan., PARKIN, Kirk L. Química de alimentos de Fennema., Porto Alegre: Editora Artmed, 2010.

FLORES, John D. NEWSOME, Rosetta. FISHER, William. BARBOSA CÁNOVAS, Gustavo. V. CHEN, Hongda. DUNNE, C. Patrick. GERMAN, J. Bruce. HALL, Richard L. HELDMAN, Dennis R. KARWE, Mukund V. KNABEL, Stephen J. LABUZA, Theodore P. LUND, Daryl B. NEWELL-MCGLOUGHLIN, Martina. ROBINSON, James L. SEBRANEK, Joseph G. SHEWFELT, Robert L. TRACY, William F. WEAVER, Connie M. ZIEGLER Gregory R. 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, 2010.

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

GROEBEL, Jo. Acesso à mídia e uso da mídia entre as crianças de 12 anos no mundo. *In: A criança e a mídia: imagem, educação, participação*. São Paulo: Cortez, 2002, 69-76.

IBGE Acesso à internet e à televisão e posse de telefone móvel celular para uso pessoal 2019. Rio de Janeiro: IBGE, 2021.

LÉVY, Pierre. As Tecnologias da Inteligência: O Futuro do Pensamento na Era da Informática. Rio de Janeiro: Editora 34, 1993.

NEVES, Melissa Carísio Pereira; COUTINHO, Rhanica Evelise Toledo. 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.

NETO, Mercedes; GOMES, Tatiana de Oliveira; PORTO, Fernando Rocha; RAFAEL, Ricardo de Mattos Russo; FONSECA, Mary Hellem Silva; NASCIMENTO, Julia. Fake news no cenário da pandemia de Covid-19. *Cogitare enfermagem*, v. 25, 2020.

NOGUEIRA DE ALMEIDA, Carlos Alberto.; RIBAS FILHO, Durval; DE MELLO, Elza Daniel; MELZ, Graziela; ALMEIDA, Ane Cristina Fayão. Azeite de Oliva e suas propriedades em preparações quentes: revisão da literatura. *International Journal of Nutrology*, v. 8, n. 02, p. 013-020, 2015.

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.

RODRIGUES, Andréia Lilian Lima; DO AMARAL COSTA, Carmen Lucia Neves; PRATA, Michelle Santana; BATALHA, Taila Beatriz Silva; NETO, Irazano de Figueiredo Passos. Contribuições da extensão universitária na sociedade. *Caderno de Graduação-Ciências Humanas e Sociais-UNIT-SERGIPE*, v. 1, n. 2, p. 141-148, 2013.

SILVA, Ana Sofia Pinhal de Almeida Pato. A influência do Instagram® nas escolhas alimentares. 2021. Dissertação (Mestrado em Publicidade e Marketing) - Instituto Politécnico de Lisboa, Escola Superior de Comunicação Social, Lisboa, jul 2021.

SOUZA, Ana Isabel Ferreira da Costa. Desenvolvimento de marcadores de ADN para autenticação de pimentas (*Piper nigrum* L.). 2017. Dissertação (Mestrado em Controlo de Qualidade na Especialidade Água e Alimentos) Faculdade de Farmácia - Universidade do Porto, Porto, set 2017.

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.

Submetido em: 19/09/2022 Aceito em: 19/12/2022.