



INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO CEARÁ
IFCE CAMPUS FORTALEZA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E
TECNOLÓGICA

EDNÁRIA ALVES SILVA

PROGRAMA ALIMENTAÇÃO CONSCIENTE: AÇÕES PARA ESTIMULAR
HÁBITOS ALIMENTARES SAUDÁVEIS ENTRE ADOLESCENTES E JOVENS DE
UMA INSTITUIÇÃO DE EDUCAÇÃO TÉCNICA E SUPERIOR

FORTALEZA

2023

EDNÁRIA ALVES SILVA

PROGRAMA ALIMENTAÇÃO CONSCIENTE: AÇÕES PARA ESTIMULAR
HÁBITOS ALIMENTARES SAUDÁVEIS ENTRE ADOLESCENTES E JOVENS DE
UMA INSTITUIÇÃO DE EDUCAÇÃO TÉCNICA E SUPERIOR

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação do Mestrado Profissional em Educação Profissional e Tecnológica (PROFEPT) do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará (IFCE), *Campus* Fortaleza, como requisito parcial para obtenção do título de Mestra em Educação Profissional e Tecnológica. Área de concentração: Educação Profissional e Tecnológica.

Orientadora: Profa. Dra. Elenilce Gomes de Oliveira.

Coorientador: Prof. Dr. Jefferson Queiroz Lima.

FORTALEZA

2023

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Instituto Federal do Ceará (IFCE)
Sistema de Bibliotecas (SIBI)
Ficha catalográfica elaborada pelo SIBI/IFCE, com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

S586p Silva, Ednária Alves.

Programa alimentação consciente: ações para estimular hábitos alimentares saudáveis entre adolescentes e jovens de uma instituição de educação técnica e superior / Ednária Alves Silva. — 2023.

72 f. : il. color.

Dissertação (Mestrado) — Instituto Federal do Ceará, Mestrado Profissional em Rede Nacional de Educação Profissional e Tecnológica, *Campus Fortaleza*, 2023.

Orientação: Profa. Dra. Elenilce Gomes de Oliveira.

Coorientação: Prof. Dr. Jefferson Queiroz Lima.

1. Comportamento alimentar. 2. Dieta saudável. 3. Alimentação escolar. I. Título.

CDD 378.013

EDNÁRIA ALVES SILVA

PROGRAMA ALIMENTAÇÃO CONSCIENTE: AÇÕES PARA ESTIMULAR HÁBITOS
ALIMENTARES SAUDÁVEIS ENTRE ADOLESCENTES E JOVENS DE UMA
INSTITUIÇÃO DE EDUCAÇÃO TÉCNICA E SUPERIOR

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação do Mestrado Profissional em Educação Profissional e Tecnológica (PROFEPT) do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará (IFCE), *Campus* Fortaleza, como requisito parcial para obtenção do título de Mestra em Educação Profissional e Tecnológica.

Aprovada em: ____ / ____ / ____.

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. Elenilce Gomes de Oliveira (Orientadora)

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará (IFCE) – *Campus* Fortaleza

Prof. Dr. Jefferson Queiroz Lima (Coorientador)

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará (IFCE) – *Campus* Fortaleza

Profa. Dra. Antonia de Abreu Sousa

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará (IFCE) - *Campus* Fortaleza

Prof. Dr. Eneas de Araújo Arrais Neto

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará (IFCE) – *Campus* Fortaleza

Profa. Dra. Ivana Cristina Vieira de Lima Maia

Universidade Federal do Ceará (UFC)

A Deus.

Aos meus pais.

Aos meus colegas, amigos e amigas.

Aos mestres.

AGRADECIMENTOS

A Deus, por tudo.

A minha família, pelo incentivo.

Aos amigos e colegas de estudo, em especial aos que me acompanharam durante a pós-graduação, que vivenciaram comigo os desafios e me ajudaram a vencê-los, agradeço o carinho, o apoio, o acolhimento, a paciência, os conselhos, os ensinamentos, as palavras motivadoras.

Aos professores, que muito contribuíram com minha formação acadêmica, agradeço os ensinamentos, as orientações, as lições de vida e a atenção. Vocês são verdadeiros mestres.

“Enche as tuas mãos com alimentos saudáveis,
e elas se esvaziarão de remédios.”
(NASCIMENTO, c2022, p. 1).

RESUMO

A vida corrida e a falta de tempo têm levado as pessoas a buscarem por uma alimentação mais prática, aumentando o consumo de alimentos processados e ultraprocessados, o que tem provocado mudanças no perfil alimentar e o aumento da obesidade e de outras doenças crônicas, atingindo um público cada vez mais jovem. Nesse contexto, a escola aparece como um espaço propício para estímulo, conscientização e formação de melhores hábitos alimentares. Essa pesquisa tem o objetivo de desenvolver o Programa Alimentação Consciente, inspirado em ações que buscam estimular a prática de hábitos alimentares saudáveis entre adolescentes e jovens estudantes do IFCE *Campus* Iguatu, por meio do uso das mídias sociais da instituição, a partir da divulgação de estratégias que possibilitem conhecimento sobre o tema e proporcione escolhas conscientes na alimentação. Trata-se de uma pesquisa aplicada que apresenta uma abordagem qualitativa, e foi desenvolvida apoiando-se em pesquisas bibliográficas e documentais. Para o desenvolvimento do produto educacional, Programa Alimentação Consciente, foram elaboradas 21 postagens (do tipo imagem e vídeo) para publicação nas redes sociais *Instagram/Facebook/Tiktok* do IFCE *Campus* Iguatu, sendo estabelecido em média quatro postagens por semana, subdivididas em: *posts* de conexão, *posts* informativos, *posts* atrativos (memes), além das datas comemorativas, durante o período de quatro semanas consecutivas. Após o período de postagens, foi realizada a análise dos dados por meio das estatísticas oferecidas pelas próprias redes sociais utilizadas. A validação do programa ocorreu a partir de enquetes respondidas nos *stories* do *Instagram*, plataforma de maior engajamento utilizada pelos alunos. Os resultados desse trabalho mostram o quanto é essencial trabalhar uma educação de forma mais atrativa e interativa, dando ao aluno a possibilidade de interagir e revelar suas dificuldades e experiências como agentes ativos e participativos do processo de sua transformação. Nesse sentido, usar a publicidade de forma positiva pode ser uma estratégia interessante para estimular hábitos alimentares saudáveis.

Palavras-chave: comportamento alimentar; dieta saudável; alimentação escolar.

ABSTRACT

Busy life and lack of time have led people to seek a more practical diet, increasing the consumption of processed and ultra-processed foods, which has caused changes in the food profile and an increase in obesity and other chronic diseases, reaching a increasingly younger audience. In this context, the school appears as a propitious space for stimulation, awareness and formation of better eating habits. This research aims to develop the Conscious Food Program, inspired by actions that seek to encourage the practice of healthy eating habits among adolescents and young students at the IFCE Campus Iguatu, through the use of the institution's social media, based on the dissemination of strategies that enable knowledge on the subject and provide conscious choices in food. It is an applied research that presents a qualitative approach, and was developed based on bibliographical and documentary research. For the development of the educational product, the Conscious Food Program, 21 posts (of the image and video type) were prepared for publication on the social networks Instagram/Facebook/Tiktok of the IFCE - Iguatu Campus, with an average of four posts per week, subdivided into: connection posts, informative posts, attractive posts (memes), in addition to commemorative dates, during the period of four consecutive weeks. After the posting period, data analysis was performed using the statistics offered by the social networks used. The validation of the program was based on surveys answered in Instagram stories, the most engaged platform used by students. The results of this work show how essential it is to work on education in a more attractive and interactive way, giving students the possibility to interact and reveal their difficulties and experiences as active and participatory agents in the process of their transformation. In this sense, using advertising in a positive way can be an interesting strategy to encourage healthy eating habits.

Keywords: eating behavior; healthy diet; school meals.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Frequência de palavras da enquete.....	25
Tabela 2 – Postagens da Semana 1 no <i>Instagram (Feed e Reels)</i>	32
Tabela 3 – Postagens da Semana 2 no <i>Instagram (Feed e Reels)</i>	33
Tabela 4 – Postagens da Semana 2 no <i>Instagram (Stories)</i>	34
Tabela 5 – Postagens da Semana 3 no <i>Instagram (Feed e Reels)</i>	36
Tabela 6 – Postagens da Semana 3 no <i>Instagram (Stories)</i>	37
Tabela 7 – Postagens da Semana 4 no <i>Instagram (Feed e Reels)</i>	39
Tabela 8 – Postagens da Semana 4 no <i>Instagram (Stories)</i>	40
Tabela 9 – Postagens no <i>Facebook</i>	42
Tabela 10 – Postagens no <i>TikTok</i>	44
Tabela 11 – Avaliação do Programa	46

LISTA DE SIGLAS

CONANDA	Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente
DAE	Departamento de Apoio Estudantil
ECA	Estatuto da Criança e do Adolescente
FIC	Formação Inicial e Continuada
FNDE	Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IFCE	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará
IFRN	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte
MAS	Meio Ambiente e Sociedade
PNAE	Programa Nacional de Alimentação Escolar
PNS	Pesquisa Nacional de Saúde
SISVAN	Sistema de Vigilância Alimentar e Nutricional
SUS	Sistema Único de Saúde

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	12
2	HÁBITOS ALIMENTARES DOS ADOLESCENTES NO BRASIL: O PAPEL DA ESCOLA E DAS REDES SOCIAIS NA SUA TRANSFORMAÇÃO.....	16
2.1	Contexto atual dos hábitos alimentares dos adolescentes no Brasil.....	16
2.2	Escola como ambiente de conscientização e transformação dos hábitos alimentares.....	18
2.3	Os meios de comunicação e a influência nos hábitos alimentares.....	19
3	METODOLOGIA.....	22
4	PROGRAMA ALIMENTAÇÃO CONSCIENTE.....	29
4.1	Parcerias de pesquisa.....	29
4.2	Etapas para a execução.....	29
4.3	Instagram.....	31
4.4	Facebook e Tiktok.....	41
4.5	Validação da pesquisa.....	45
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	48
	REFERÊNCIAS.....	49
	APÊNDICE A – SOLICITAÇÃO DE PARCERIA COM A SETOR DE COMUNICAÇÃO IFCE – IGUATU.....	55
	APÊNDICE B – ENQUETE: O QUE TE IMPEDE DE MANTER UMA ALIMENTAÇÃO SAUDÁVEL?.....	56
	APÊNDICE C – VÍDEO: APRESENTAÇÃO DO PROGRAMA ALIMENTAÇÃO CONSCIENTE - 04/10.....	57
	APÊNDICE D – POST: SE LIGA! O QUE NINGUÉM TÁ FALANDO PRA VOCÊ SOBRE ALIMENTAÇÃO - 05/10.....	58
	APÊNDICE E – POST: EU AMAVA QUANDO O LANCHE DA ESCOLA ERA... - 06/10.....	59
	APÊNDICE F – POST: QUEM É VOCÊ NO JOGO DA ALIMENTAÇÃO - 07/10.....	60
	APÊNDICE G – POST: VOCÊ SABE IDENTIFICAR ALIMENTOS PROCESSADOS? - 10/10.....	61

APÊNDICE H – POST SALADA DE DICAS - 12/10.....	62
APÊNDICE I – POST SOBRE SER CRINGE - 14/10.....	63
APÊNDICE J – VÍDEO DIA MUNDIAL DA ALIMENTAÇÃO E OUTUBRO ROSA.....	64
APÊNDICE K – POST SOBRE FAZER X COMPRAR PRONTO - 17/10.....	65
APÊNDICE L – POST SOBRE SE ALIMENTAR DE FORMA SAUDÁVEL É CARO? - 19/10.....	66
APÊNDICE M – POST: EU DESCOBRI QUEM ESTÁ ME FAZENDO ENGORDAR - 21/10.....	67
APÊNDICE N – VÍDEO: MEME - ALIMENTOS QUE TE DEIXARÃO EM FORMA EM 3 DIAS - 22/10.....	68
APÊNDICE O – POST: MELHOR ÉPOCA PARA COMPRAR MAIS BARATO FRUTAS, VERDURAS E LEGUMES - 24/10.....	69
APÊNDICE P – POST: COMER BEM NÃO É CARO - 26/10.....	70
APÊNDICE Q – POST: VOCÊ É UM JOVEM CONSCIENTE NA ALIMENTAÇÃO?- 28/10.....	71
APÊNDICE R – VÍDEO: MEME - COLETIVA DE IMPRENSA - 30/10.....	72

1 INTRODUÇÃO

A vida corrida e a falta de tempo têm levado as pessoas a buscarem uma alimentação mais prática e rápida, aumentando a ingestão de alimentos industrializados. Consequentemente, há um aumento no consumo de menos refeições caseiras, compostas, tradicionalmente, por alguma fonte de proteína, carboidratos, verduras, legumes e frutas, sem se darem conta do prejuízo que essa mudança de comportamento alimentar pode trazer à sua saúde. Agregado a essa realidade está o crescimento da indústria alimentícia, que vem investindo em alimentos processados e ultraprocessados, que oferecem ao consumidor a praticidade e a economia de tempo tão almejadas, sem falar do alto investimento midiático que é direcionado a esses produtos para seduzir o consumidor (LAUXEN; BASSO; HUTH, 2021).

No Brasil, assim como na maioria dos países economicamente emergentes, tem se observado o aumento crescente da frequência de problemas como obesidade e diabetes, bem como de outras doenças crônicas relacionadas à ingestão exagerada de calorias e ao consumo desequilibrado de nutrientes na alimentação, desencadeando doenças como a hipertensão, cardiopatias e certos tipos de câncer, como do intestino e gástrico (LAUXEN; BASSO; HUTH, 2021). Anteriormente, esses problemas eram associados à população com idade mais elevada, mas atualmente têm atingido também adultos jovens, adolescentes e até crianças (BRASIL, 2014).

Segundo a Pesquisa Nacional de Saúde (PNS) de 2019, estima-se que 19,4% dos adolescentes com idade entre 15 e 17 anos apresentam excesso de peso. Esse percentual corresponde a um total médio de 1,8 milhão de pessoas. Desses, 22,9% eram do sexo feminino e 16% do sexo masculino. Essa mesma pesquisa mostrou que o índice de obesidade nesse público obedece ao mesmo comportamento, estimando-se a prevalência de 8,0% entre adolescentes do sexo feminino e 5,4% do sexo masculino, conforme dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2020).

De acordo com os dados do Sistema de Vigilância Alimentar e Nutricional (SISVAN) do Ministério da Saúde, em 2018, 55% dos adolescentes acompanhados pelo serviço de atenção básica do Sistema Único de Saúde (SUS) consumiam alimentos industrializados. No Nordeste, esse percentual foi de 51%, enquanto no Ceará esse número chega a 53% deste público. (MACIEL, 2018a, 2018b).

À medida que a criança cresce e se desenvolve, constrói hábitos alimentares que perpassam por diversos aspectos, entre eles, sociais, familiares, culturais, econômicos,

psicológicos e fisiológicos (VALE, 2020). O ritmo intenso do mundo moderno tem modificado a rotina de todos e provocado uma reorganização na estrutura familiar, alterando tarefas e ações cotidianas como forma de se adaptarem ao novo modo de vida. Nesse panorama de mudanças alimentares, as escolhas das famílias recaem sobre alimentos que não exijam muito tempo para o preparo e cocção, acarretando muitas vezes em escolhas pouco nutritivas e em uma alimentação desequilibrada (SOUZA; CADETE, 2017).

O ambiente familiar constitui um espaço importante para a formação de hábitos alimentares. Estudos apontam que práticas alimentares ocorridas no seio familiar estão relacionadas a uma maior interação entre os familiares e menor risco de influências alimentares negativas por parte de seus pares ou de grupos, nos quais os adolescentes estão inseridos (SILVA, 2015). Berge *et al.* (2015), em sua pesquisa sobre refeições em família, concluiu que adolescentes que realizavam uma ou mais refeições no âmbito familiar, eram menos propensos a desenvolver sobrepeso e obesidade na idade adulta jovem.

O período da adolescência é uma fase caracterizada por várias alterações hormonais, psicológicas e sociais, e essas mudanças podem influenciar positivamente ou negativamente na formação dos hábitos alimentares, uma vez que muitos jovens, diante da falta de maturidade pertinente à idade, não têm discernimento para fazerem escolhas alimentares saudáveis e acabam optando pela compra e consumo de alimentos não saudáveis. Nesse sentido, a escola aparece como um espaço propício para estímulo, conscientização e formação de melhores hábitos alimentares (DUARTE; CAMARGO, 2016).

A alimentação escolar é um direito que está previsto na Lei nº 11.947, de 16 de junho de 2009, e é dever do Estado (governo federal, estadual, distrital e municipal) garantir uma alimentação de qualidade e ações de educação alimentar e nutricional por meio da execução do Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE), coordenado pelo Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação (FNDE) (LIMA, 2020; BRASIL, 2009).

O PNAE visa contribuir para o crescimento e o desenvolvimento biopsicossocial, promovendo um melhor rendimento escolar, a aprendizagem e a formação de práticas alimentares saudáveis a partir do desenvolvimento de ações no âmbito da educação alimentar e nutricional, incluindo a oferta de refeições que supram as necessidades nutricionais dos alunos (BRASIL, 2009, 2013).

O nutricionista atua em parceria com escola e universidade, desde o planejamento à execução das ações de educação alimentar e nutricional, com o intuito de desenvolver ações de promoção de uma alimentação saudável ao contribuir nas mudanças dos hábitos alimentares dos escolares (SOUZA *et al.*, 2019). Contudo, as estratégias direcionadas a essa

temática geralmente se baseiam em métodos tradicionais de ensino-aprendizagem, que, em alguns casos, são ineficientes para a construção do conhecimento (SILVA *et al.*, 2018).

Na minha vivência como nutricionista responsável por gerenciar os dois refeitórios do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará (IFCE) *Campus Iguatu*, há mais de 10 anos, sempre tive a preocupação de ofertar uma alimentação saborosa, saudável e nutritiva, que atendesse às necessidades nutricionais e contribuísse para permanência e êxito dos discentes. Mas, mesmo a escola oferecendo uma refeição saudável e gratuita, eu observo que alguns alunos optam por comprar e consumir alimentos industrializados. Ao questionar esses alunos sobre o porquê de preferirem comprar alimentos processados ou industrializados, as respostas eram sempre as mesmas: “Ah, eu não gosto de salada!”, “Eu não gosto de suco!”, “Eu não como essa fruta!”, ou então “Eu prefiro salgadinho!”, ou “Eu gosto mais de biscoito recheado!”.

Nesse contexto, emergiu a seguinte questão: Quais estratégias podemos traçar para colaborar com as mudanças dos hábitos alimentares dos adolescentes e jovens no âmbito escolar? O objetivo geral da presente pesquisa foi desenvolver um programa de ações para estimular a prática de hábitos alimentares saudáveis entre adolescentes e jovens estudantes do IFCE *Campus Iguatu*, a partir de estratégias que possibilitem conhecimento sobre o tema e proporcione escolhas conscientes na alimentação.

Os objetivos específicos foram: elaborar ações que orientem e motivem a incorporação de hábitos alimentares mais saudáveis; estimular escolhas mais conscientes de alimentos saudáveis e desencorajar o consumo de alimentos industrializados, principalmente no âmbito escolar; criar um produto educacional (Programa Alimentação Consciente) que facilite o compartilhamento de informações sobre o tema por meio do uso das mídias sociais institucionais *Instagram/Facebook/Tiktok*.

Contribuir com o conhecimento de práticas alimentares saudáveis no âmbito escolar por meio da inserção de estratégias possíveis de serem introduzidas no dia a dia do aluno, sem que este precise restringir seus alimentos preferidos, pode motivar a mudança de comportamento e promover o início de escolhas alimentares mais saudáveis. Essa atitude irá refletir na saúde e qualidade de vida dos adolescentes e jovens. Assim, o desenvolvimento de práticas de educação alimentar e nutricional no espaço escolar e o estímulo ao consumo de alimentos saudáveis podem promover o aprendizado necessário e despertar a conscientização no ato de se alimentar e estabelecimento de práticas alimentares mais saudáveis.

Logo, este estudo busca dar ênfase a estratégias que possam contribuir para as mudanças dos hábitos alimentares de adolescentes e jovens, abordando a problemática do

desconhecimento dos consumidores sobre como manter hábitos alimentares mais saudáveis, de baixo custo e com preparações mais saborosas, desenvolvendo um produto educacional que serve de instrumento para a transmissão de informações de forma mais atrativa e de fácil acesso, alcançando, assim, o último objetivo, que é a criação do Programa Alimentação Consciente, um produto educacional desenvolvido através da criação e divulgação de conteúdos com ações e dicas para estimular mudanças de hábitos alimentares.

Dessa forma, este estudo está estruturado em cinco capítulos, que discorrem sobre a temática da pesquisa, abordando, inicialmente, a problemática e hipóteses de estudo, além das justificativas e dos objetivos a serem alcançados. Posteriormente, detalha-se o método utilizado para o desenvolvimento da pesquisa, bem como autores e análises de outros trabalhos relacionados ao tema que contribuíram para o desdobramento do produto educacional proposto, o Programa Alimentação Consciente. Após a apresentação do produto e discussão dos resultados obtidos, realizou-se a validação da pesquisa e por fim, as considerações finais, reforçando a importância da difusão desse tipo de pesquisa e da relevância de mais estudos relacionados ao tema.

2 HÁBITOS ALIMENTARES DOS ADOLESCENTES NO BRASIL: O PAPEL DA ESCOLA E DAS REDES SOCIAIS NA SUA TRANSFORMAÇÃO

Alimentar-se bem é um fator crucial para o desenvolvimento, manutenção da saúde e prevenção de carências nutricionais. No entanto, o que se tem percebido é que no período escolar tem ocorrido um aumento na frequência do consumo de alimentos que contém maior quantidade de sal, gordura e açúcares refinados. Associado a esse problema, destaca-se ainda a preocupação dos adolescentes e jovens com a imagem corporal e a influência da mídia na escolha do padrão alimentar (BORGES; SILVA; MAYNARD, 2020).

2.1 Contexto atual dos hábitos alimentares dos adolescentes no Brasil

O aumento da ingestão de produtos industrializados, com elevados teores energéticos e de sódio, e a redução do consumo de alimentos naturais e saudáveis provocaram na última década o fenômeno chamado de transição nutricional, marcado pela mudança de hábitos alimentares e motivado pela necessidade e facilidade de realizar refeições fora de casa. Essa prática alimentar está relacionada diretamente ao aumento da obesidade e aos altos índices de surgimento de doenças crônicas, como diabetes, hipertensão, problemas cardiovasculares, câncer, entre outras (LAMAS; CADETE, 2017).

De acordo com dados apresentados pelo Ministério da Saúde, muitos adolescentes têm se alimentado mal. A informação foi divulgada com base nos documentos do SISVAN, que mostrou que, em 2017, dos adolescentes que eram acompanhados pelo serviço de atenção básica do SUS, 55% desses jovens ingeriram produtos industrializados, como macarrão instantâneo, salgadinho de pacote ou biscoito salgado, regularmente; 42% consumiram hambúrguer e/ou embutidos e 43% biscoitos recheados, doces e guloseimas (MACIEL, 2018a).

O estudo ainda apresentou informações que apontaram que adolescentes com obesidade aos 19 anos têm 89% de risco de serem obesos aos 35 anos, portanto, faz-se necessário o investimento na promoção de uma alimentação adequada e saudável, tendo em vista a associação de práticas alimentares inadequadas com o crescimento da obesidade na população, principalmente em crianças e adolescentes. Visando apoiar a inserção de hábitos alimentares saudáveis, o Ministério da Saúde publicou em 2014 o Guia Alimentar para a População Brasileira, que apresenta as diretrizes nacionais e as recomendações sobre alimentação adequada e saudável (MACIEL, 2018b).

O Guia Alimentar para a População Brasileira é um documento oficial que serve de base para ações de educação alimentar e nutricional no país, trazendo princípios e recomendações que contribuem para a prática de uma alimentação saudável e adequada. Esse documento avalia os determinantes que impactam nas práticas alimentares e os desafios enfrentados na manutenção de uma alimentação saudável, colaborando com o Ministério da Saúde na promoção do direito humano à alimentação adequada por meio de estratégias de políticas públicas e ações de saúde e segurança alimentar e nutricional para a população (BRASIL, 2014).

Neves *et al.* (2021) ressaltaram em seus estudos a importância de refletir sobre quais aspectos estão relacionados ao desenvolvimento da obesidade e demais doenças crônicas e que ações podem ser realizadas para a prevenção do problema, considerando a importância de garantir o acesso a essas ações, a qualidade do atendimento, analisando as escolhas pessoais e os hábitos de vida desses indivíduos.

Entre outros fatores a serem avaliados na formação dos hábitos alimentares está a condição socioeconômica, que pode apresentar-se como fator limitante, uma vez que famílias em situação de vulnerabilidade social, expostas a condições de pobreza e miséria, tendem a consumir alimentos mais baratos e, geralmente, com quantidades excessivas de gordura, sal e açúcar. O estudo ainda refere que os padrões dietéticos dos adolescentes sofrem ainda influência das propagandas publicitárias de produtos alimentícios, principalmente de alimentos processados. Essas propagandas apresentam maior impacto entre as famílias mais carentes.

Um estudo desenvolvido em Pernambuco com o objetivo de analisar a percepção de adolescentes de uma escola do interior do estado sobre a prática da alimentação saudável identificou que, apesar de terem conhecimento sobre alimentação saudável, os adolescentes não conseguem ter uma alimentação saudável em decorrência de uma diversidade de fatores que interferem nas escolhas alimentares (SILVA *et al.*, 2015). Nesse contexto, a escola e a família devem atuar em parceria para estimular a prática alimentar saudável, a partir de ações atrativas e inovadoras direcionadas à educação alimentar.

Assim, uma variedade de métodos e recursos pedagógicos podem ser utilizados para promover a educação alimentar entre jovens e adolescentes, sendo preferível aqueles que envolvem o lúdico, o dinamismo e a socialização. Esses recursos podem promover a aprendizagem para influenciar o comportamento alimentar e nutricional desse público-alvo, oportunizando uma visão crítica acerca da temática e benefícios que podem se estender ao longo da vida (PEREIRA; PEREIRA; ANGELIS-PEREIRA, 2017).

2.2 Escola como ambiente de conscientização e transformação dos hábitos alimentares

A escola é um espaço favorável para a promoção da saúde como um todo, pois revela-se como um agente integrador da sociedade, proporcionando a formação crítica, a construção de valores, hábitos e estilos de vida, dentre eles a construção de hábitos alimentares, que irá influenciar diretamente no controle das condições de saúde e qualidade de vida dos alunos e familiares (SOARES; OLIVEIRA, 2019). Para exercer esse papel de agente integrador, a escola deve contar com a participação de toda a comunidade, gestores educacionais, nutricionista, alunos e familiares, além de manter-se alinhada às políticas públicas, dentre elas o PNAE.

O PNAE tem o objetivo de contribuir para o desenvolvimento, a aprendizagem, o rendimento escolar e a formação de hábitos alimentares saudáveis dos discentes, promovendo ações de educação alimentar e nutricional e oferecendo uma alimentação nutricionalmente adequada. Esse programa é responsável pelo repasse de recurso suplementar voltado para a compra de alimentos, sendo responsável, ainda, por normatizar, coordenar, acompanhar, monitorar e fiscalizar toda a sua execução (BRASIL, 2009).

Nesse sentido, em 2020, o FNDE criou a Resolução nº 06, de 08 de maio de 2020, que dispõe sobre o atendimento da alimentação escolar aos alunos beneficiados pelo PNAE e traz orientações muito importantes sobre a elaboração dos cardápios, como o uso de alimentos *in natura* ou minimamente processados, respeitando as necessidades nutricionais, os hábitos alimentares, a cultura alimentar da localidade e a promoção da alimentação adequada e saudável (BRASIL, 2020).

É importante despertar a atenção dos alunos e a consciência para o que estão comendo. O estímulo para a inclusão de alimentos saudáveis em suas refeições deve acontecer também no âmbito escolar, por meio da oferta de um cardápio que promova a inclusão de mais frutas e verduras e desencoraje o consumo de alimentos industrializados. Vale ressaltar que o engajamento da família e de toda a comunidade escolar é importante nesse processo de formação de hábitos alimentares dos adolescentes e jovens (PEREIRA; PEREIRA; ANGELIS-PEREIRA, 2017).

2.3 Os meios de comunicação e a influência nos hábitos alimentares

Não há dúvidas de que o comportamento alimentar é influenciado por diversos fatores internos e externos, e nesse contexto a mídia tem se destacado com um papel relevante na influência dos hábitos alimentares, principalmente entre os adolescentes, visto que esse público tem como particularidade uma maior aceitação de novas ideias (ALVES; MOTA; ARAÚJO, 2019).

O desenvolvimento da tecnologia modifica o comportamento humano e é modificado por ele. Com a revolução tecnológica digital, as pessoas têm passado mais tempo assistindo à televisão ou conectadas a computadores, *smartphones*, entre outros, compartilhando e recebendo informações a todo momento em redes sociais. Esse espaço midiático tem representado um mercado em potencial para empresas publicitárias desenvolverem anúncios e campanhas para públicos diversos, beneficiando e estimulando o consumo em vários setores comerciais, entre eles o da indústria alimentícia (FLORÊNCIO; REIKDAL, 2020).

Os meios de comunicação são capazes de influenciar as escolhas alimentares, tanto de forma positiva, quanto negativa, sendo, portanto, um instrumento poderoso na condução de informações à população. A atuação da publicidade na indústria alimentícia tem vinculado a satisfação e a sensação de prazer ao consumo do produto desejado, sendo esse produto, muitas vezes, um alimento não saudável, do tipo *fast-foods*, com elevado teor de gordura, açúcar e sal, contribuindo para os maus hábitos alimentares e, conseqüentemente, o aumento das doenças crônicas não transmissíveis (DOMICIANO *et al.*, 2014).

Para Domiciano *et al.* (2014), a propaganda está embasada nas necessidades instintivas de uma sociedade e, principalmente, nas necessidades simbólicas que impulsionam o consumo. Nos seus estudos sobre estratégias da mídia e os apelos comerciais para a promoção dos produtos alimentícios, a autora verificou que os apelos comerciais mais utilizados isoladamente ou concomitantemente foram o estímulo do objeto de comer, o uso do recurso da ilusão/fantasia, o apelo ao caráter família/amizade e o sabor. Em contrapartida, os apelos comerciais menos utilizados nas propagandas de alimentos foram os que envolviam aspectos nutricionais/dietéticos, o preço e a conscientização.

Nesse contexto, conceitos e características do produto, como ingredientes e textura dos alimentos, não aparecem de modo informativo, mas sim, apelativo, persuadindo o consumidor à aquisição do alimento. Algumas empresas ainda ofertam promoções vinculando a compra ou consumo do alimento ao ganho de brindes e prêmios, focando seu *marketing* principalmente no público infantojuvenil. Tendo em vista esse cenário, torna-se cada vez mais

importante o acompanhamento das mídias utilizadas pelo público infantil e adolescente e as informações nelas contidas, sobretudo as que podem conter concepções incorretas sobre o conceito de alimentos saudáveis e a influência do consumo de alimentos industrializados. É necessário ainda buscar meios eficazes para prevenir que a mídia continue influenciando e contribuindo para a formação de hábitos alimentares prejudiciais à saúde e inconscientes (DOMICIANO *et al.*, 2014).

A legislação brasileira já possui alguns órgãos e medidas de controle e combate aos abusos publicitários destinados ao público infanto-juvenil, como a Constituição Federal, o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA) e a Resolução do Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente (CONANDA). No entanto, as instituições e medidas de forma isoladas não garantem a proteção esperada. A interpretação e aplicação efetiva das normas regulamentadoras requer tempo e disposição do órgão julgador, uma vez que não há normas que façam alusão direta acerca de propagandas publicitárias destinadas a crianças e adolescentes, nem sobre o incentivo pela mídia ao consumo de alimentos industrializados (FLORÊNCIO; REIKDAL, 2020).

No Brasil, diferente dos países desenvolvidos, uma dieta baseada em alimentos não processados ou minimamente processados ainda é mais barata do que em alimentos ultraprocessados. Mas, infelizmente, a manutenção desse cenário a longo prazo não está garantida. Algumas evidências sugerem que alimentos não saudáveis estão se tornando cada vez mais acessíveis do que as opções saudáveis nos países em desenvolvimento.

O consumo de alimentos ultraprocessados vem acendendo nos últimos anos, devido ao domínio das grandes empresas multinacionais, que vêm crescendo, elevando sua rentabilidade e investindo cada vez mais na produção e na propaganda de seus produtos, com oferta de descontos e promoções de acordo com a demanda adquirida e convencendo os consumidores a escolherem seus produtos por meio do preço mais baixo. Vale ressaltar que alimentos industrializados, além de serem mais rápidos e fáceis de preparar, tendem a apresentar maior palatabilidade e, por conseguinte, maior aceitação no mercado (MAIA *et al.*, 2020).

A elaboração de programas de educação alimentar tem se destacado como práticas educativas muito utilizadas nos espaços acadêmico e político e como um importante meio para intervir na influência negativa do *marketing* de indústrias alimentícias, que, muitas vezes, manipulam o consumidor, passando a impressão de que o consumo de alimentos industrializados possa ser feito de forma livre e sem restrições, ou, ainda, que a indústria está preocupada com o bem-estar do indivíduo.

Nessa perspectiva, é essencial que sejam elaboradas políticas públicas de educação alimentar mais interativas, criativas e atrativas, que favoreçam o consumo de alimentos mais saudáveis e coloquem o indivíduo como protagonista, tornando-o mais autônomo, crítico e consciente de suas escolhas alimentares (DOMICIANO *et al.*, 2014).

As redes sociais têm se tornado cada vez mais presentes no dia a dia dos adolescentes. Estudos apresentados por Wickham e Carbone (2018) mostram uma revisão sistemática de títulos e resumos de 545 artigos relacionados à alfabetização alimentar e intervenções inovadoras com uso de tecnologias para proporcionar um impacto positivo nos hábitos alimentares dos adolescentes. Os pesquisadores observaram que, mesmo obtendo resultados favoráveis quanto à melhoria na ingestão alimentar, é difícil mensurar o grau de influência da tecnologia devido à complexidade e variação dos programas e ações desenvolvidas nos diversos artigos pesquisados.

Adib (2022) publicou na edição de 2021 da TIC Kids Online Brasil uma pesquisa que teve como objetivo compreender de que forma a população de 9 a 17 anos de idade utiliza a internet e como lida com os riscos e as oportunidades decorrentes desse uso. Entre os dados coletados, a pesquisa traz que os usuários de internet de 9 a 17 anos que têm perfil no *Instagram* avançaram de 45% em 2018 para 62% em 2021, uma elevação de 17 pontos percentuais.

Pela primeira vez, o estudo trouxe a existência de perfil no *TikTok* e constatou que 58% dos usuários na mesma faixa etária estão presentes nessa plataforma. Em tendência contrária à que se viu nas redes sociais anteriores, o número de perfis no *Facebook* registrou uma queda de 66% para 51% no mesmo período. Outro dado interessante foi a busca por assuntos relacionados à saúde na internet, destacando-se informações sobre alimentação com 55%, seguidas por prevenção e tratamento de doenças (38%), atividades para manter a boa forma (36%), informações sobre medicamentos (22%) e discussões sobre saúde sexual e educação sexual (21%).

Em razão do acesso e utilização constante por adolescentes das tecnologias digitais, acrescenta-se que o uso dessas ferramentas pode ser um meio para a construção de hábitos saudáveis junto a esse público, possibilitando aprendizados e interesses na disseminação das informações sobre o assunto. A larga utilização dos meios de comunicação entre os adolescentes facilita o acesso a novos conhecimentos sobre alimentação e nutrição durante o tempo disponível (PEREIRA; PEREIRA; ANGELIS-PEREIRA, 2017; ALCÂNTARA *et al.*, 2019).

3 METODOLOGIA

Trata-se de uma pesquisa aplicada, que apresentou uma abordagem qualitativa e foi desenvolvida apoiando-se em pesquisas bibliográficas e documentais sobre o tema apresentado. De acordo com Knechtel (2014), a pesquisa qualitativa busca entender os fenômenos humanos, alcançando uma visão detalhada e complexa, recorrendo a uma observação científica do pesquisador. A preocupação desses estudos é com o significado dos fenômenos e processos sociais.

Para alcançar os objetivos propostos, foi realizada uma pesquisa bibliográfica por meio da análise da literatura científica da área de alimentação e nutrição, focando principalmente na temática sobre hábitos alimentares de adolescentes e jovens, o que possibilitou elaborar um programa para facilitar a incorporação de novos hábitos alimentares.

Segundo Marconi e Lakatos (2003), a pesquisa bibliográfica é a investigação das bibliografias já publicadas, em forma de livros, revistas, publicações avulsas e imprensa escrita.

Associado ao levantamento bibliográfico de livros, manuais, guias e artigos científicos que abordam a temática em estudo, foi realizada também uma pesquisa documental, na qual constavam as resoluções que tratam sobre a elaboração do cardápio escolar, visando fortalecer os bons hábitos alimentares e desencorajar o consumo de alimentos industrializados, pelo incentivo da incorporação de alimentos naturais e novas práticas alimentares a partir da alimentação escolar (MARCONI; LAKATOS, 2003).

A pesquisa foi realizada no IFCE *Campus* Iguatu, localizado no município de Iguatu-Ceará, que está situado na região Centro-Sul do estado, a 377 km de Fortaleza. O município de Iguatu apresenta-se como centro regional de comércio e serviços, servindo de apoio para mais de dez municípios da região. Sua economia é baseada na agricultura, na pecuária e no comércio (IGUATU, c2022).

O IFCE *Campus* Iguatu oferece, atualmente (maio de 2023), os cursos técnicos em Agropecuária, Agroindústria, Informática e Nutrição e Dietética Integrado ao Ensino Médio, os cursos técnicos subsequentes em Agroindústria, Agropecuária, Nutrição e Dietética, Informática e Comércio, e os cursos de nível superior Licenciatura em Química, Licenciatura em Geografia, Bacharelado em Serviço Social, Bacharelado em Engenharia Agrícola e Bacharelado em Ciências da Computação.

Além dos cursos citados, a instituição ainda oferta os cursos de pós-graduação de Especialização em Educação Profissional e Tecnológica, Especialização em Gestão de Micro,

Pequenas e Médias Empresas e Especialização em Recursos Naturais do Semiárido. Visando promover a aproximação com a comunidade local, incentivar a capacitação e a melhoria da qualidade de vida dos indivíduos residentes nas áreas de atuação da instituição, o *campus* também oferece cursos de Formação Inicial e Continuada (FIC), em parcerias com entidades públicas, privadas e não-governamentais.

A instituição está dividida em duas unidades (Areias e Cajazeiras) e caracteriza-se por trabalhar o ensino, a pesquisa e a extensão, buscando preparar profissionais que se adequem às exigências do mercado e acompanhem as evoluções tecnológicas e da sociedade. O IFCE *Campus* Iguatu conta com cerca de 90 professores e 111 técnicos administrativos, conforme informado pelo setor de Gestão de Pessoas, atendendo quase 2 mil alunos, considerando todas as modalidades de ensino e cursos.

O *campus* possui diversos setores, que contribuem para o funcionamento da instituição e cooperam para a permanência e formação acadêmica dos estudantes, sejam os setores administrativos, sejam os setores ligados diretamente ao ensino. Parte desses serviços são ofertados pela equipe multidisciplinar do Departamento de Apoio Estudantil (DAE), composta por assistentes sociais, médico, enfermeira, auxiliar de enfermagem, odontólogos, técnica em odontologia, psicólogas, nutricionista e assistentes de alunos.

O DAE oferece um programa de auxílio estudantil composto por nove tipos de auxílios: auxílio-moradia, auxílio-transporte, auxílio-discente pai/mãe, auxílio-formação, auxílio-emergencial, auxílio-óculos, auxílio-visitas e viagens técnicas e mais dois auxílios que foram criados excepcionalmente no período do ensino remoto ocasionado pela pandemia da COVID-19, que são o auxílio internet, para o acesso às aulas remotas, e o auxílio-alimentação, uma vez que os refeitórios não estavam podendo funcionar. Os Editais para participação dos auxílios são divulgados pelo setor de comunicação do *campus*.

O IFCE *Campus* Iguatu possui dois refeitórios, um em cada unidade. Até antes de iniciar a pandemia da COVID-19, o funcionamento dos refeitórios começava a partir das 5h da manhã, com o início das atividades de preparo das refeições, e se estendia até as 22h da noite. As refeições distribuídas eram o café da manhã, o lanche da manhã, o almoço, o lanche da tarde, o jantar e o lanche noturno. Cabe ressaltar que na instituição havia alunos internos, que realizavam todas as refeições no ambiente escolar. Durante o período pandêmico, a instituição passou por diversas mudanças, como o encerramento do sistema de internato e a alteração do tipo de serviço dos refeitórios, que está em transição do serviço de autogestão para o serviço terceirizado da alimentação, uma tendência dentro dos Institutos Federais.

Os editais de seleção para participação dos auxílios são divulgados pelo setor de comunicação do *campus*, que é composto por uma jornalista, um técnico audiovisual e uma estagiária. Além dos processos seletivos, a equipe também é responsável pela divulgação, orientação de certificados e de organização de eventos, produção de texto, arte e vídeos institucionais, contato com jornalistas externos, divulgação de trabalhos, eventos comemorativos e temas de interesse da comunidade acadêmica nas redes sociais (*Instagram /Facebook/Tiktok*) e no site do *campus*. As redes sociais, principalmente o *Instagram*, têm se tornado um importante veículo de comunicação no *campus*, facilitando e aumentando o acesso às informações de forma rápida e eficiente pelo público acadêmico.

O público-alvo da pesquisa foram os estudantes adolescentes e jovens da instituição e a comunidade acadêmica interessada na temática da pesquisa, que acessam as redes sociais *Instagram /Facebook/Tiktok* da instituição.

Entendendo a importância do incentivo à alimentação saudável como fator de prevenção de doenças crônicas e observando a ampliação do uso das mídias sociais na transmissão de informações, principalmente entre os adolescentes e jovens, esta pesquisa acadêmica desenvolveu um produto educacional que pode agregar à promoção do conhecimento e à atratividade das redes sociais a partir da criação do Programa Alimentação Consciente e da publicação deste nas redes sociais institucionais *Instagram /Facebook/Tiktok*.

O produto educacional integra-se como elemento de grande valor pedagógico, uma vez que expressa uma identidade didática que se destina à formação/ensino em espaços educativos formais e não formais, engloba multisaberes (educação, nutrição, saúde, economia, gestão, etc.) e compreende a reconstrução de um conhecimento comum e a transformação da realidade existente (COLOMBO; ANJOS; ANTUNES, 2019).

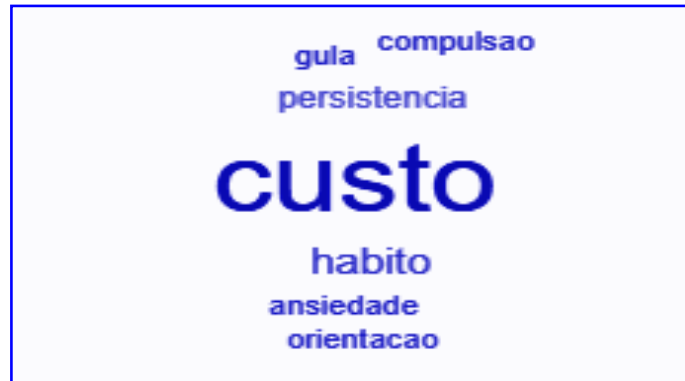
O desenvolvimento dessa pesquisa ocorreu em parceria com o IFCE *Campus* Iguatu, que colaborou desde o início na participação do processo e liberação de suas redes sociais como mídias a serem utilizadas para a oferta do Programa Alimentação Consciente. No dia 08 de dezembro de 2021, foi enviado um *e-mail* para o setor de comunicação do IFCE *Campus* Iguatu solicitando parceria no desenvolvimento da presente pesquisa (APÊNDICE A).

Posteriormente, nos dias 14, 16 e 30 de dezembro de 2021, foram realizadas enquetes nos *stories* do *Instagram* do IFCE *Campus* Iguatu com a finalidade de avaliar a percepção dos participantes sobre as barreiras para manter uma alimentação saudável por meio da pergunta da enquete: O que te impede de manter uma alimentação saudável? (APÊNDICE B).

O resultado da enquete foi analisado e as palavras citadas com sentidos semelhantes foram agrupadas, contabilizadas e apresentadas na forma de nuvem de palavras e tabela.

Mesmo em meio à baixa participação devido à aproximação com o período de provas finais e férias, a enquete teve a finalidade de servir como direcionamento para a abordagem dos assuntos mais citados no programa.

Figura 1 – Nuvem de palavras da enquete



Fonte: Elaborada pela autora.

O resultado da enquete apontou o “Custo” (10 votos) como principal fator limitante de uma alimentação mais saudável, seguida de “Hábito” (4 votos), “Persistência” (2 votos), e “Ansiedade”, “Compulsão”, “Gula” e “Orientação” (1 voto cada).

Tabela 1 – Frequência de palavras da enquete

Palavras	Frequência
Custo	10
Hábito	4
Persistência	2
Ansiedade	1
Compulsão	1
Gula	1
Orientação	1

Fonte: Elaborada pela autora.

Esse resultado nos sugere uma reflexão sobre o momento político, econômico e social que estamos passando e nos convida a um trabalho não só orientativo, mas também de possibilidades para esse público. É essencial trabalhar uma educação de forma mais interativa, dando ao aluno a possibilidade de interagir e revelar suas dificuldades e experiências como agentes ativos e participativos do processo de sua transformação.

Freire (2019), em sua obra *Pedagogia do Oprimido*, já defendia uma educação como prática da liberdade, uma educação problematizadora e crítica, mantida por meio do diálogo, como meio de transformação da realidade coletiva do homem.

Quanto mais se problematizam os educandos, como seres no mundo e com o mundo, tanto mais se sentirão desafiados. Tão mais desafiados, quanto mais obrigados a responder ao desafio. Desafiados, compreendem o desafio na própria ação de captá-lo. Mas, precisamente porque captam o desafio como um problema em suas conexões com outros, num plano de totalidade e não como algo petrificado, a compreensão resultante tende a tornar-se crescentemente crítica, por isto, cada vez mais desalienada (FREIRE, 2019, p. 40).

Após o resultado da enquete, foi realizado o planejamento do Programa Alimentação Consciente, em que foram estabelecidas as parcerias com o setor de comunicação do *campus* e os intérpretes de Libras também da instituição, que trouxeram um meio mais inclusivo ao programa, além da participação de uma profissional nutricionista/social mídia, que colaborou no planejamento e criação dos *posts*, por meio de reuniões *on-line*, em que foram discutidos o tipo de abordagem, os tipos de postagens, a paleta de cores dos *posts*, o tipo de conteúdo, a estética, como se daria a distribuição do conteúdo e o cronograma das postagens. Nessa fase, também foi discutido com o setor de comunicação as redes que seriam utilizadas e suas respectivas métricas para análise e validação.

De acordo com o planejamento, o cronograma de postagens ficou estabelecido para o mês de outubro de 2022, com lançamento no dia 04 de outubro e encerramento no dia 30 de outubro de 2022, conforme Figura 2. A enquete para avaliação das postagens foi realizada no dia 05 de novembro de 2022.

Figura 2 – Calendário de postagens



Fonte: Elaborada pela autora a partir do programa *Calendar View*.

Um aspecto fundamental a ser destacado é a importância do planejamento dos programas educativos realizados com uso das mídias sociais, em especial o *Instagram*, com base nas necessidades do público-alvo. Um estudo com o objetivo de relatar a experiência do Programa LongeVIVER, que teve como propósito promover ações dirigidas a aspectos que envolvem a longevidade, a fim de fomentar estratégias de proteção social para o envelhecimento, realizou uma *live* para facilitar a estruturação, planejamento e implementação e desenvolvimento da atividade (SILVA; PESSÔA, 2021).

Outro fator que deve ser atentado é quanto ao acesso às informações. O termo acessibilidade geralmente está associado a fatores físicos e arquitetônicos, no entanto, esse termo expressa um conjunto de dimensões diversas, complementares e indispensáveis para que haja um processo de efetiva inclusão. A dimensão comunicacional da acessibilidade se refere, entre outros aspectos, à acessibilidade digital (SILVA *et al.*, 2021).

A Lei da pessoa com deficiência, de 2015, conceitua acessibilidade como:

Possibilidade e condição de alcance, percepção e entendimento para utilização, com segurança e autonomia, de espaços, mobiliários, equipamentos urbanos, edificações, transportes, informação e comunicação, inclusive seus sistemas e tecnologias, bem como outros serviços e instalações abertos ao público, de uso público ou privado de uso coletivo, tanto na zona urbana como na rural, por pessoa com deficiência ou com mobilidade reduzida (BRASIL, 2015, p. 2).

Nesse contexto, a presente pesquisa tentou tornar o programa mais inclusivo, por meio da parceria dos intérpretes de Libras nas postagens de alguns vídeos, no entanto, a grande demanda de atividades institucionais no período de planejamento dos vídeos impossibilitou que esses profissionais participassem de todas as postagens necessárias.

4 PROGRAMA ALIMENTAÇÃO CONSCIENTE

O Programa Alimentação Consciente foi desenvolvido com o intuito de estabelecer estratégias para mudanças nos hábitos alimentares de adolescentes e jovens do IFCE *Campus* Iguatu.

4.1 Parcerias de pesquisa

- a) Setor de comunicação do IFCE *Campus* Iguatu;
- b) Intérpretes de Libras do IFCE *Campus* Iguatu;
- c) Profissional Nutricionista/Social mídia.

4.2 Etapas para a execução

O Programa Alimentação Consciente foi idealizado como uma forma de incentivar à alimentação saudável por meio das mídias sociais *Instagram/Facebook/Tiktok* da instituição, analisando métodos e técnicas desenvolvidos para melhorar os hábitos alimentares, estimulando a mudança de hábitos de forma constante, sem grandes restrições, de maneira que facilite a inserção do conhecimento adquirido na rotina alimentar.

A escolha das redes sociais está relacionada ao seu uso promissor como ferramenta de educação alimentar e nutricional, proporcionando ambiente aberto, interativo e personalizável para a condução de ações no âmbito da promoção da saúde (CABRAL *et al.*, 2022).

1. Previamente ao início da pesquisa, foram realizadas enquetes por meio dos *stories* do *Instagram* do IFCE *Campus* Iguatu para compreender as dificuldades dos estudantes em seguir uma alimentação saudável. Diante das principais dificuldades citadas na enquete, foi desenvolvida a pesquisa sobre os assuntos e o tipo de abordagem que seria adotada na criação das postagens e desenvolvimento do programa.
2. A elaboração das postagens teve a participação de uma nutricionista/profissional de mídias, que auxiliou no processo de planejamento e criação das artes. Esse processo foi discutido em quatro reuniões *on-line*. Na 1ª reunião foi apresentado o tema do projeto, os principais assuntos a serem abordados nas postagens que foram citados na enquete inicial e o número de postagens. Na 2ª reunião foi discutido sobre a paleta de cores dos *posts*, a estética, distribuição do conteúdo e cronograma de divulgação. Na 3ª reunião foi entregue a ideia das postagens e roteiros para criação das artes. Na 4ª e

última reunião foi realizada a apresentação dos *posts* prontos e a avaliação, com indicação de ajustes. No decorrer das criações, havia um momento de trocas de ideias e sugestões de novas postagens. Além da participação da nutricionista/profissional de mídias, também houve a parceria com o setor de comunicação e com os profissionais intérpretes de Libras do *campus* que colaboraram na apresentação de alguns vídeos, possibilitando uma proposta mais inclusiva para o programa. O setor de comunicação também foi responsável pela revisão e divulgação do programa nas redes sociais.

3. Foram elaboradas 21 postagens (do tipo imagem e vídeo) para publicação nas redes sociais *Instagram/Facebook/Tiktok* do IFCE *Campus* Iguatu, sendo estabelecido em média quatro postagens por semana, subdivididas em: *posts* de conexão, *posts* informativos e *posts* atrativos (memes) e datas comemorativas, durante quatro semanas seguidas. Os *posts* abordavam temáticas relacionadas à alimentação saudável, a saber: apresentação do programa, dados e estatísticas sobre alimentação no Brasil; custos dos alimentos; hábitos alimentares; sugestão de receitas saudáveis, entre outros. Para criação do conteúdo das postagens foram utilizados roteiros adaptados por Santos (2020).
4. Após o período de postagens, foi realizada a análise dos dados por meio das estatísticas oferecidas pelas próprias redes sociais utilizadas. Para o *Instagram*, rede de maior engajamento pelos alunos, avaliou-se para o *Feed e Reels* as seguintes métricas: número de curtidas, de comentários, de compartilhamentos, de salvamentos, de contas alcançadas (alcance), e de interações com as publicações (soma de todas as interações, como curtida, comentário, compartilhamento, etc., de determinada publicação). Para os *stories* houve avaliação de: número de resposta do *stories*, número das respostas às enquetes, número de avanço e de retorno (voltar) de cada *story*, além do número de contas alcançadas.
5. Já para o *Facebook*, utilizou-se: curtidas, comentários, compartilhamentos e salvamentos. Por sua vez, para o *Tiktok* foram considerados: curtidas, comentários, compartilhamentos, salvamentos e visualizações gerais.
6. A avaliação do programa ocorreu a partir de enquetes respondidas nos *stories* do *Instagram*, plataforma de maior engajamento pelos alunos e demais participantes interessados no assunto, a fim de que estes pudessem avaliar os conteúdos divulgados. A partir dessa avaliação foi possível validar o alcance do objetivo da pesquisa.

4.3 Instagram

Para execução do programa, os assuntos foram divididos em postagens de conexão, postagens informativas e postagens divertidas, além dos *posts* de apresentação e os comemorativos. As postagens geralmente eram feitas em dias alternados e em média quatro *posts* por semana, seguindo a dinâmica de divisão dos assuntos por tipo (conexão, informativa e divertida). Ressalta-se que o *Instagram* está em evidência nos resultados por ser a rede social do *campus* mais utilizada pelo público-alvo da pesquisa.

O primeiro dia do projeto Programa Alimentação Consciente estava programado para acontecer no dia 02 de outubro de 2022, mas, devido à “ressaca” do primeiro turno das eleições e como estratégia de engajamento, alteramos para o dia 04 de outubro de 2022, a fim promover uma maior atenção ao projeto. O primeiro *post* foi o vídeo de apresentação do programa e o convite para os seguidores ficarem antenados aos conteúdos que seriam transmitidos durante todo o mês de outubro.

No dia 05 de outubro, houve uma pequena alteração na ordem da postagem, pois a ideia era iniciar com um *post* de conexão e mais interativo, no entanto, devido à circunstância do falecimento de um aluno da instituição, optou-se por publicar um conteúdo mais informativo, com dados estatísticos sobre o índice de obesidade entre adolescentes e jovens e o elevado consumo de produtos industrializados por esse público.

A postagem de conexão ficou para o dia seguinte (06 de outubro de 2022), trazendo um teor mais participativo e divertido, despertando a memória afetiva sobre o lanche preferido na escola, com a postagem “Eu amava quando o lanche da escola era...”. E, para finalizar a primeira semana, foi postado, no dia 07 de outubro, um *post* divertido sobre “quem é você no jogo da alimentação?”, no qual o seguidor tinha que fazer um *print* da tela e conferir qual personagem apareceu: “rei ou rainha do *fast food*”, “*mister* ou *miss* batata doce”, ou o “sensação ou sensatona do equilíbrio”. A ideia dessa postagem, que estava exposta na legenda, era trazer leveza ao assunto e deixar claro que o mais importante sempre será o equilíbrio alimentar.

Nas tabelas a seguir, estão expostos os resultados alcançados durante o mês de outubro de 2022, de acordo com as métricas fornecidas pela plataforma *Instagram*, de cada postagem publicada. De acordo com a Tabela 2, referente à semana 1, podemos identificar que as postagens do vídeo de apresentação e o *post* sobre o lanche escolar foram as que revelaram um número maior de interações com a publicação, 400 e 284, respectivamente.

Destaca-se ainda o número de alcance de cada postagem, sendo mais de 6 mil contas

alcançadas para o vídeo de apresentação, o que podemos inferir ser devido ao interesse sobre a temática e maior facilidade de comunicação, enquanto as mais de 2.700 contas alcançadas com a postagem sobre o lanche escolar podem ser por causa da grande importância dessa refeição para os alunos, não só pela nostalgia e afeto que nos traz, mas por muitas vezes ser para alguns alunos a principal ou até a única refeição realizada no dia. O jogo “quem é você no jogo da alimentação?” também teve uma participação expressiva nos comentários (24), o que nos faz refletir que por meio da brincadeira também podemos aprender.

Tabela 2 – Postagens da Semana 1 no *Instagram (Feed e Reels)*

SEMANA 1				
INSTAGRAM - FEED E REELS				
POSTS				
				
Data	04/10/2022	05/10/2022	06/10/2022	07/10/2022
Curtidas	223	164	222	93
Comentários	36	10	37	24
Compartilhamentos	139	84	20	23
Salvamentos	2	3	5	1
Alcance	6.109	2	2757	1619
Interações com publicações	400	261	284	141

Fonte: Elaborada pela autora.

A utilização de vídeos permite extrapolar a comunicação essencialmente escrita e favorece o trabalho de outros aspectos da linguagem, como gestos, expressões fisionômicas, entonação, postura, entre outros. Por meio do vídeo também pode-se mostrar uma apresentação artística, desenvolver algum elemento intercultural, exibir uma entrevista, uma reportagem, manifestar o posicionamento sobre algum tema, dramatizar paródias, séries, videoclipes, obras literárias, apontar releituras de aspectos culturais, entre outras atividades. Tudo isso oportuniza condições de produção de conteúdo e compartilhamento de conhecimentos (CARRICONDE *et al*, 2021).

Na semana 2, dia 10/10, o Programa Alimentação Consciente trouxe os conceitos e exemplos de alimentos classificados como *in natura*, processados e ultraprocessados. No dia 12/10, a postagem “Salada de Dicas” apresentou dicas interessantes para manter a alimentação saudável. Além do *post* no *feed*, ainda foi publicado nos *stories* uma chamada para os seguidores conferirem essas dicas.

A publicação do dia 14/10 também veio acompanhada de *stories* trazendo um teste que abordava a temática sobre o consumo de informações confiáveis e o modismo na alimentação. Enquanto o *feed* fazia uma brincadeira com o termo “cringe”, usado pelos jovens para descrever algo brega e fora de moda, para definir situações corriqueiras no modismo alimentar. No dia 16/10, foi divulgado um vídeo em comemoração ao Dia Mundial da Alimentação e ao mês de combate ao câncer de mama, Outubro Rosa. A postagem destacou a importância da alimentação saudável na prevenção do câncer de mama.

Tabela 3 – Postagens da Semana 2 no *Instagram* (*Feed e Reels*)

SEMANA 2				
INSTAGRAM - FEED E REELS				
POSTS				
				
Data	10/10/2022	12/10/2022	14/10/2022	15/10/2022
Curtidas	124	86	109	191
Comentários	23	3	2	8
Compartilhamentos	111	19	1	20
Salvamentos	4	6	4	0
Alcance	1746	1825	1691	2880
Interações com publicações	262	114	116	219

Fonte: Elaborada pela autora.

O *Instagram* se destaca das demais redes sociais devido à variedade de recursos disponíveis. A plataforma apresenta serviços de busca por meio de palavras-chave,

localização, vídeos de diferentes formatos e duração, *chat*, entre outros. Dispor de todos esses instrumentos numa mesma plataforma aumenta a atratividade por essa rede.

Uma das ferramentas de grande utilização pelos usuários são os *stories*, que permite a exposição de até quinze segundos de fotos e vídeos, que se autodestroem em 24 horas. Essa ferramenta também aumenta a interatividade e a troca de informações de forma rápida e prática (ZIMERMANN; GUIDOTTI, 2021).

Tabela 4 – Postagens da Semana 2 no *Instagram (Stories)*

SEMANA 2					
INSTAGRAM - STORIES (12 e 14/10/2022)					
STORY					
					
Data	12/10/2022	12/10/2022	14/10/2022	14/10/2022	14/10/2022
% Enquetes	-	-	Quais suas fontes sobre alimentação saudável? 9% - Blogueira Fitness 8% - Dica de amigos 55% - Vozes da minha cabeça 28% - Minha/meu nutri	Com que frequência você segue uma dieta? 21% - toda semana 6% - 1 vez no mês 11% - quando começa o ano 62% - quando dá	E aí, já trocou pão por tapioca alguma vez? 70% - Aham 30% - nem
Avanço	1064	1017	1.142	1057	896
Voltar	101	107	132	250	147

Contas alcançadas	1141	1107	1093	1046	1029
Compartilhamentos			2	0	0

Fonte: Elaborada pela autora.

Nos resultados da semana 2, evidenciamos a postagem sobre a classificação dos alimentos *in natura*, processados e ultraprocessados, que apresentou maior número de interações com a publicação (262), destacando ainda vários compartilhamentos (111), curtidas (124) e comentários (23), o que demonstra uma boa participação dos seguidores e interesse pelo assunto.

Outra publicação que também merece destaque é o vídeo comemorativo ao Dia Mundial da Alimentação e Outubro Rosa, que teve um alcance de 2.880 contas. E ainda os *stories* com as enquetes divertidas sobre se você é “cringe” na alimentação, alcançando mais de 1.000 contas e trazendo resultados sobre o tipo de fonte de informações nutricionais, a frequência de início de dieta e sobre trocas alimentares.

Essas postagens, mesmo de forma informal e divertida, foram importantes para subsidiar discussões interessantes sobre temas que geram dúvidas e que muitas vezes são apresentados pela mídia e outras fontes de informação duvidosas e sem amparo científico, de forma equivocada, gerando prejuízo à saúde de muitas pessoas, principalmente jovens e adolescentes que estão em período de formação.

A mídia é capaz de induzir e validar tendências, estimular o consumo, a forma de consumo, quem pode ou o que pode consumir, além de classificar um determinado grupo social em decorrência desse consumo. Essa influência quanto à aquisição de alimentos é abrangente, pois a alimentação engloba tanto a necessidade, quanto o desejo do indivíduo (DOMICIANO *et al.*, 2014). Nesse sentido, usar a publicidade de forma positiva pode ser uma estratégia interessante para estimular hábitos alimentares saudáveis.

Silva (2015) demonstrou em seus estudos sobre hábitos alimentares que a educação alimentar pode ser melhor experimentada pelos alunos por meio de ferramentas que aumentem a participação, reflexão e envolvimento, de forma que os mesmos se sintam representados com situações do seu cotidiano.

A semana 3 trouxe como primeiro conteúdo, no dia 17/10, um *post* sobre custo dos alimentos, fazendo o seguidor refletir se é mais barato e saudável fazer o alimento ou comprar pronto, através da apresentação de receitas caseiras com o custo total do preparo e comparando com os ingredientes e valores de produtos semelhantes produzidos de forma industrializada, destacando o uso de corantes, emulsificantes, conservantes e outras

substâncias presentes na lista de ingredientes destes.

No dia 19/10, ainda discutindo a questão sobre o custo dos alimentos, o conteúdo desse dia enfatizou o consumo de alimentos *in natura* como forma de economizar na hora das compras. Nos dias 21 e 22/10 foram publicadas 2 postagens divertidas, mas não menos importantes: a primeira tratando da auto sabotagem, em que, muitas vezes, queremos culpar um determinado alimento pelo ganho de peso; já a segunda aborda os alimentos milagrosos que prometem o emagrecimento rápido. Para ambas, a mensagem deixada é a mesma: nenhum alimento por si só é responsável por engordar ou emagrecer, nossos hábitos alimentares é que são capazes de influenciar nossa alimentação e, por consequência, nossa saúde (Tabelas 5 e 6).

Tabela 5 – Postagens da Semana 3 no Instagram (*Feed e Reels*)

SEMANA 3				
INSTAGRAM - FEED E REELS				
POSTS				
				
Data	17/10/2022	19/10/2022	21/10/2022	22/10/2022
Curtidas	88	77	237	303
Comentários	3	4	6	12
Compartilhamentos	2	3	37	18
Salvamentos	14	1	6	8
Alcance	1670	1.209	3360	5.462
Interações com publicações	107	85	286	341

Fonte: Elaborada pela autora.

Um dos fatores limitantes mais citados na enquete inicial dessa pesquisa foi o custo elevado para se manter uma alimentação saudável. No entanto, um estudo realizado por Torreglosa *et al.* (2020) sobre a qualidade da dieta e despesa diária com alimentação em adultos com doença cardiovascular no Brasil concluiu que não havia diferenças entre os

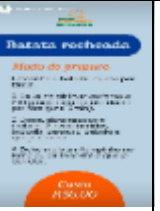
custos diretos da alimentação classificada como saudável e daquela com a pior qualidade nutricional, o que pode ser um incentivo à adesão às orientações alimentares no Brasil, minimizando barreiras à adoção de estilos de vida saudáveis.

A preocupação com a autoimagem também tem sido um problema muito presente, principalmente entre os adolescentes. Nessa fase, as transformações biológicas e psicológicas ocorrem em conjunto, gerando uma busca pela sua identidade e o tornando mais vulnerável às influências da mídia e da sociedade.

Tais influências incentivam a procura por um corpo ideal, estabelecido como um modelo padrão de alimentação ou de peso, ocasionando uma baixa autoestima e insatisfação com o próprio corpo, o que leva o adolescente a modificar sua rotina alimentar e passar a ingerir uma quantidade maior ou menor de alimentos sem nenhuma orientação nutricional profissional, muitas vezes seguindo dietas e orientações irregulares encontradas na mídia (LIMA *et al.*, 2022). O ato de cozinhar pode favorecer uma melhor relação com o alimento e a desconstrução de conceitos equivocados, muitas vezes divulgados na mídia, sobre o que é permitido e o que não é permitido na alimentação.

Para estimular a prática de cozinhar, o Programa Alimentação Consciente postou outras opções de receitas fáceis, baratas e saborosas nos *stories*, que também tiveram o alcance de contas significativo, além de alguns compartilhamentos. Outro destaque da Tabela 6 é o número de pessoas que voltaram aos *stories* para conferir as receitas, mostrando mais uma vez o interesse nas postagens.

Tabela 6 – Postagens da Semana 3 no *Instagram* (*Stories*)

SEMANA 2						
INSTAGRAM - STORIES (17/10/2022)						
STORY						
						
Data	17/10/2022	17/10/2022	17/10/2022	17/10/2022	17/10/2022	17/10/2022
Resposta	1	2	1	1	1	1
Avanço	1745	1713	1609	1571	1450	1296
Voltar	174	202	238	175	194	117

Contas alcançadas	1709	1650	1596	1539	1484	1444
Compartilha-mentos	1	3	0	2	1	0

Fonte: Elaborada pela autora.

Os maiores destaques da semana 3 foram os resultados das postagens divertidas, a primeira apresentando o maior número de compartilhamentos (37); e a segunda, com o maior número de curtidas (303), comentários (12), maior alcance de contas (5462) e interações gerais (341). Esse resultado traz à reflexão sobre o quanto as pessoas têm buscado por respostas imediatas para alcançar o emagrecimento rápido ou por um vilão que esteja atrapalhando esta meta.

Mesmo sendo um processo de longo prazo, a construção de hábitos alimentares saudáveis ainda é o melhor caminho para o emagrecimento e manutenção da saúde. Vale ressaltar ainda que estimular a prática de cozinhar em casa e fazer o público-alvo refletir sobre as vantagens é um passo para conscientização e construção de novos hábitos alimentares. Esse estímulo foi desempenhado na postagem do dia 17/10 por meio da divulgação das receitas, que tiveram 14 salvamentos e 1.670 contas alcançadas, além das receitas divulgadas nos *stories*, que alcançaram mais de 1.400 contas.

O uso de redes sociais como meio educativo ainda é algo recente, destacando-se principalmente depois do isolamento causado pela COVID-19. Um artigo publicado por Souza e Figueiredo (2021), analisou a proposta metodológica utilizando o *Instagram* no contexto das discussões da disciplina Meio Ambiente e Sociedade (MAS), trazendo a utilização do *Instagram*, enquanto espaço alternativo, para promoção da Educação Ambiental em uma instituição de educação superior.

Os dados foram obtidos por meio de enquête investigativa sobre as atividades desenvolvidas no *Instagram* com estudantes de uma disciplina comum a cursos de uma instituição privada. Os resultados ressaltaram que o uso das redes sociais potencializam a criatividade e o processo de reflexão e problematização sobre as questões socioambientais. Os estudantes ainda apontaram como aspectos positivos a variedade de ferramentas disponíveis para a produção de materiais educativos, o alcance proporcionado e a mediação docente como fator potencializador do caráter educacional da plataforma.

A importância das redes sociais como ferramentas educacionais também foi evidenciada por Freitas (2022) em seu estudo sobre *Instagram* como interface pedagógica, cujo objetivo geral era analisar a vivência didática estabelecida com o uso do *Instagram* na disciplina de Química como melhoria do processo de ensino e aprendizagem. A autora constatou que a utilização do aplicativo é de grande utilidade e aceitação no ambiente escolar pesquisado e que, quando alunos e professores estão envolvidos ativamente no processo, utilizando as tecnologias digitais como interfaces pedagógicas de forma eficaz, a prática educativa torna-se exitosa.

A última semana do programa ainda trouxe o custo dos alimentos como tema central, visto que esse assunto foi o mais citado na enquete inicial do projeto como principal motivo impedor dos jovens e adolescentes manterem uma alimentação saudável. Nesse sentido, a primeira postagem da semana 4, dia 24/10, mostrava o período de safra de frutas, verduras e legumes, de acordo com os meses do ano. No período de safra é possível comprar alimentos mais baratos, saborosos e nutritivos.

O post do dia 26/10 fez comparações entre o custo de alimentos do tipo *fast foods* e industrializados e o que poderia ser comprado se investisse esse valor em alimentos saudáveis, deixando clara a importância na conscientização das escolhas alimentares. A publicação do dia 28/10 apresentou um teste sobre a conscientização na alimentação, trazendo situações cotidianas e pontuando as respostas mais assertivas.

E a última postagem do programa, no dia 30/10, foi um vídeo divertido satirizando as trocas alimentares de alto custo como fator determinante para uma alimentação saudável ou processo de emagrecimento. Foi possível acompanhar no decorrer do programa que a alimentação saudável não é onerosa nem difícil, desde que haja planejamento, organização da rotina e trocas alimentares adequadas, evitando o consumo excessivo de produtos industrializados. Essa questão já foi discutida nas tabelas anteriores.

Tabela 7 – Postagens da Semana 4 no *Instagram* (Feed e Reels)

SEMANA 4			
INSTAGRAM - FEED E REELS			
POSTS			
			

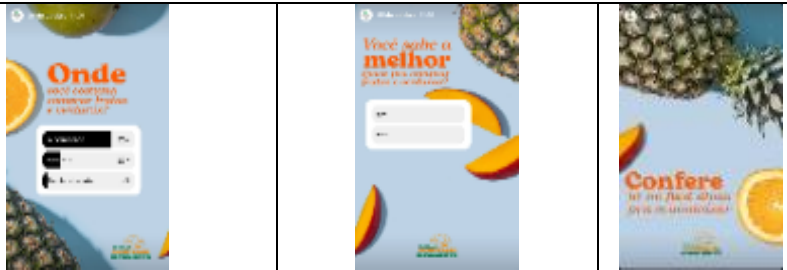
Data	24/10/2022	26/10/2022	28/10/2022	30/10/2022
Curtidas	148	97	78	129
Comentários	2	3	3	3
Compartilhamentos	11	4	26	3
Salvamentos	23	3	4	1
Alcance	2138	1650	1426	2704
Interações com publicações	184	107	111	136

Fonte: Elaborada pela autora.

Como resultados da semana 4, o *post* com teste sobre a alimentação consciente foi o que apresentou maior número de compartilhamentos (26), sendo repostado voluntariamente também pelas contas do ifceoficial e ifcecaucaia. No entanto, a publicação que apresentava o período de safra dos alimentos revelou maior número de salvamentos (23), demonstrando o interesse do público em ter essa informação à sua disposição para consultar posteriormente.

Essa constatação ficou clara na enquete dos *stories* que perguntava se o seguidor sabia a melhor época para comprar frutas e verduras, trazendo como resultado o “não” para 69% das respostas. Na enquete podemos observar também que apenas 20% dos seguidores fazem compras na feira livre, local comumente com preços mais baratos. Entre todas as postagens dessa semana, o vídeo que satiriza as trocas alimentares de alto custo foi o que teve maior alcance de contas (2.704), reforçando que a mensagem educativa pode ser transmitida de forma leve e divertida.

Tabela 8 – Postagens da Semana 4 no *Instagram* (*Stories*)

SEMANA 4			
INSTAGRAM - STORIES (24/10/2022)			
STORY			
			
Data	24/10/2022	24/10/2022	24/10/2022

	Onde você costuma comprar frutas e verduras?	Você sabe a melhor época para comprar frutas e verduras?	
% Enquetes	75% - Supermercado 20% - Feira livre 5% - Na minha horta	31% - Sim 69% - Não	-
Avanço	1065	1047	907
Voltar	15	104	51
Contas alcançadas	1.243	1.127	1.073
Compartilhamentos	0	0	0

Fonte: Elaborada pela autora.

Adolescentes e jovens constituem um grupo populacional que exige novos modos de produzir saúde. Incentivar os jovens na construção de hábitos alimentares mais saudáveis não é só lhes transmitir o conhecimento científico. Essa tarefa desafiadora exige compreender os fatores alimentares a partir de uma visão multidimensional e abordar a temática em sua complexidade, respondendo às demandas da educação e da saúde, visando o desenvolvimento das potencialidades humanas (BORGES; SILVA; MAYNARD, 2020). Envolver esse público na construção das estratégias para incorporação do conhecimento e desenvolver a autonomia de suas escolhas faz-se extremamente necessário.

4.4 Facebook e TikTok

O Programa Alimentação Consciente também foi publicado nas redes sociais *Facebook* e *TikTok*. Em ambas, as interações ocorreram de forma menos expressivas, visto que a primeira, *Facebook*, apesar de ser a rede social mais antiga, está se tornando menos atrativa entre os usuários que também utilizam o *Instagram* e o *TikTok*. Outra condição específica é que, durante o mês de Outubro de 2022, período eleitoral, o *Facebook* estava com sua utilização parcialmente suspensa como forma de controle de postagens de comentários indevidos no período eleitoral, conforme às orientações do contidas no Ofício-Circular nº 19/2022/GABR/REITORIA-IFCE, pois seria inviável para o setor de comunicação gerenciar os comentários de todas as redes sociais do *campus*, mantendo, assim, o uso do *Facebook* de forma limitada e concedendo uma exceção para divulgação do programa. Além dessa limitação, alguns problemas de ordem técnica impossibilitaram a publicação de todas as postagens no *Facebook*.

Tabela 9 – Postagens no *Facebook*

POSTAGENS DO FACEBOOK - RESULTADOS					
Post	Data	Curtidas	Comentários	Compartilhamentos	Salvamentos
	04/10/2022	5	0	0	0
	18/10/2022	0	0	0	0
	17/10/2022	1	0	0	0
	12/10/2022	3	0	2	0
	14/10/2022	1	0	0	0
	15/10/2022	3	0	0	0
	17/10/2022	0	0	0	0
	19/10/2022	2	0	0	0

	21/10/2022	0	0	0	0
	22/10/2022	4	1	0	0
	26/10/2022	0	0	0	0
	28/10/2022	0	0	2	0
	30/10/2022	6	0	0	0

Fonte: Elaborada pela autora.

As plataformas digitais vêm sendo utilizadas por milhares de pessoas todos os dias e o *Instagram* tem se destacado pelos diversos recursos oferecidos numa única plataforma, possibilitando a massificação de visualizações e postagens, entretenimento e informação. Dentre as diversas possibilidades ofertadas pelo *Instagram* estão: os *posts* no formato de vídeos, fotos, *banners* e textos; as notificações que mostram em tempo real qualquer atividade relacionada a determinado perfil; a localização; os *stories*, deixando os *posts* disponíveis para visualização no período de 24 horas; *hashtags*, que são palavras-chave digitadas após o símbolo de sustenido, representado por “#”, utilizadas para identificar e agrupar temas similares; os *emoji slider*, um pictograma que utiliza uma figura para representar um determinado elemento; o recurso denominado “Faça uma pergunta” permite que o dono do perfil crie um campo aberto para que outras pessoas façam perguntas a ele conforme a temática escolhida pelo mesmo; as enquetes utilizadas em combinação com o recurso de “perguntas”, permitindo que o perfil adicione duas ou mais opções de respostas; destaques,

que são imagens e vídeos que podem ser adicionados ao perfil de forma permanente, personalizando-o e tornando-o possivelmente mais atraente; e a transmissão ao vivo, que é a possibilidade de exibir vídeos em tempo real (SANTOS; RUDNIK, 2022).

Tantas funcionalidades contidas em uma única plataforma digital despertaram o interesse principalmente do público adolescente e jovem, fazendo com que a rede *Instagram* venha crescendo cada vez mais. Essas diversas utilidades podem ser utilizadas no âmbito educacional, proporcionando metodologias diferenciadas, mais completas e atrativas (SANTOS; RUDNIK, 2022).

Diferente das demais redes, o *TikTok* ainda está em sua fase inicial no IFCE *Campus Iguatu* e não possui um número expressivo de seguidores, sendo utilizado o Programa Alimentação Consciente como meio de gerar mais engajamento e adesão para esta nova rede. Na rede *TikTok* foram publicados apenas os vídeos, pois transformar os *posts* de imagem no formato de vídeo demandaria mais tempo. E o resultado surpreendeu, pois mesmo apresentando um número ainda reduzido de seguidores (um pouco mais de 300), quando comparado às demais redes (*Facebook* com quase 9 mil e *Instagram* com mais de 12 mil seguidores), as visualizações gerais dos vídeos atenderam bem às expectativas.

Tabela 10 – Postagens no *TikTok*

POSTAGENS DO TIKTOK - RESULTADOS				
	POSTS			
				
Data	04/10/2022	15/10/2022	23/10/2022	30/10/2022
Curtidas	1	12	7	15
Comentários	0	0	0	0
Compartilhamentos	0	0	0	0
Salvamentos	0	0	0	0
Visualizações gerais	413	486	464	239

Fonte: Elaborada pela autora.

Assim como as outras plataformas já citadas, o *TikTok* pode servir como uma ferramenta midiática inovadora, educacional e de fácil compreensão. Essa rede social requer

pouco tempo para a edição, e o profissional de educação que se propõe a usá-la contribuirá para a divulgação dos assuntos por meio do compartilhamento em outras plataformas sociais, ou, simplesmente, solicitando que os alunos acessem, fornecendo muitas informações e possibilidades de conteúdo para o trabalho e desenvolvendo a autonomia do aluno (RODRIGUES; GUIMARÃES, 2022).

Para Barin, Ellensohn e Silva (2020), com base nos resultados de suas pesquisas sobre o uso do *TikTok* no contexto educacional, os vídeos curtos têm potencial para despertar o interesse dos estudantes pelo conteúdo e a abordagem humorística contida nos vídeos *TikTok*, contribuindo para um aprendizado mais agradável. Dessa forma, o *TikTok* pode ser útil tanto para a distribuição de conteúdo quanto para a avaliação.

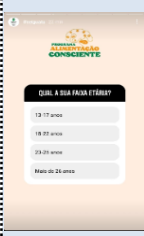
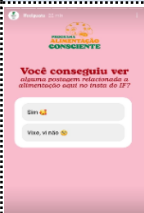
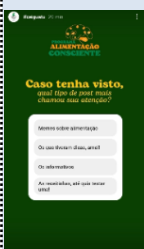
Segundo Monteiro (2020), ao combinar práticas pedagógicas com o uso de tecnologias, os profissionais de educação estão todos os dias adquirindo e compartilhando experiências mundo afora, e na internet, ganhando notoriedade ao produzir conteúdos que ajudam os alunos no acesso de materiais com qualidade e relevância para o processo formativo.

4.5 Validação da Pesquisa

Como forma de validação, ao final do programa foi realizada uma avaliação por meio de enquetes postadas nos stories do *Instagram* para saber dos seguidores: qual a faixa etária a qual eles pertenciam; se esses seguidores conseguiram ver os *posts* sobre alimentação em meio às diversas publicações que ocorreram no *Instagram* do IFCE - Iguatu; qual tipo de postagem mais chamou a atenção; se eles achavam importante tratar essa temática no *Instagram* do *campus* e se eles gostariam de ver mais conteúdos sobre alimentação na rede social citada. Por meio das interações, foi possível validar o alcance do objetivo da pesquisa.

No quadro 10 observa-se que o Programa Alimentação Consciente conseguiu atingir 39% dos participantes com idade de 13 a 17 anos, 28% entre 18 e 22 anos, 10% entre 23 e 25 anos e 23% com mais de 26 anos. A pergunta relativa a visualização dos *posts* sobre alimentação, obteve como “sim” a maioria das respostas (77%). No tocante ao tipo de conteúdo, os *posts* informativos foram os favoritos com 33% das respostas, seguido das postagens com dicas (30%), os memes (24%) e as receitas (10%). A maioria dos participantes (94%) relataram ser importante falar sobre alimentação no contexto do IFCE - Iguatu. Por fim, 93% afirmaram que gostariam de ver mais conteúdos sobre o tema alimentação no *Instagram* do IFCE - Iguatu.

Tabela 11 – Avaliação da Programa

STORIES DO INSTAGRAM - RESULTADOS			
Post	Data	Visualizações	Resultados das Enquetes
	05/11/2022	1211	-
	05/11/2022	1180	-
	05/11/2022	1142	Qual a sua faixa etária? 39% - 13 - 17 anos 28% - 18 - 22 anos 10% - 23 - 25 anos 23% - Mais de 26 anos
	05/11/2022	1106	Você conseguiu ver alguma postagem relacionada a alimentação aqui no insta do IF? 77% - Sim 23% - Vixe, vi não
	05/11/2022	1072	Caso tenha visto, qual tipo de post mais chamou sua atenção? 24% - Memes sobre alimentação 30% - Os que tiveram dicas, amei! 33% - Os informativos. 13% - As receitas, até quis testar uma!
	05/11/2022	1011	Você acha importante falar sobre alimentação no contexto do IF de Iguatu? 94% - Siiim 6% - Nunca tinha pensado sobre

	05/11/2022	937	Você gostaria de ver mais conteúdo sobre alimentação por aqui? 93% - Aham 7% - Não sei se combina
---	------------	-----	---

Fonte: Elaborada pela autora.

O recurso de enquete no instagram vem ganhando espaço nas pesquisas. Essa ferramenta permite uma maior interatividade entre o criador do conteúdo e o seguidor. No projeto IFizAssim, dos autores De oliveira e Da Silva (2021), que tinha como objetivo estimular a interação, a criatividade e o entretenimento entre alunos e participantes externos do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte (IFRN), por meio da criação de postagens lúdicas e informativas, utilizaram a enquete como recurso para a avaliação do projeto pelo público externo, por ser um método rápido e prático.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Programa Alimentação Consciente alcançou êxito no que tange ao estímulo aos hábitos alimentares saudáveis entre adolescentes e jovens no IFCE *Campus* Iguatu. As postagens realizadas tiveram um amplo alcance, inclusive em outros *campi*. Isso demonstra a importância dessa iniciativa para prevenir as doenças crônicas relacionadas à alimentação não saudável no público adolescente e jovem. Reforça-se que a alimentação saudável não necessariamente precisa ser onerosa, por intermédio de estratégias simples e de baixo custo, é possível estimular práticas alimentares saudáveis. Ressalta-se que essa proposta pode ser replicada em qualquer instituição de ensino, desde que haja uma infraestrutura e um planejamento adequado ao contexto.

No âmbito da atuação da pesquisadora como nutricionista do IFCE, a pesquisa despertou uma nova possibilidade de experiência profissional, com ênfase no papel educativo e uso das mídias para se aproximar da realidade vivenciada pelos adolescentes e jovens, contribuindo com a promoção de hábitos saudáveis.

As limitações do programa consistiram em imprevistos ocorridos durante a sua implementação. Um exemplo foi a “competição de informações” no *Instagram* institucional escolhido para veiculação do programa. Isso ocasionou uma perda de foco em relação ao seguimento da programação das postagens. Uma possível forma de contornar esse problema seria a criação de uma conta de *Instagram* específica para o programa, porém, isso implicaria em um investimento inicial em conquistar novos seguidores, o que possivelmente diminuiria o alcance do programa.

Para futuras pesquisas e propostas de ação, recomenda-se a continuidade do programa em nível institucional e a diversidade no uso das mídias para fins educativos, sendo definida aquela que mais se adequa ao perfil do público-alvo do programa educativo proposto. Outro ponto a ser ressaltado é a necessidade de uma equipe multiprofissional específica para promover a continuidade e qualidade do programa educativo em nível institucional. É importante reforçar a necessidade de incluir o público-alvo desde a concepção do programa educativo para que suas necessidades sejam supridas. Um cuidado importante para veiculação de programas dessa natureza é considerar o acesso do público-alvo à internet e aos equipamentos eletrônicos, de forma a tornar o acesso à proposta educativa mais equitativo.

REFERÊNCIAS

- ADIB, L. Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR. Tic Kids Online Brasil 2021. *In: SIMPÓSIO CRIANÇAS E ADOLESCENTES NA INTERNET*, 7., 2022, São Paulo. **Anais eletrônicos** [...]. São Paulo: CGI.br; NIC.br, 2022. Disponível em: https://cetic.br/media/analises/tic_kids_online_brasil_2021_principais_resultados.pdf. Acesso em: 14 nov. 2022.
- ALCÂNTARA, C. M. *et al.* Digital technologies for promotion of healthy eating habits in teenagers. **Revista Brasileira de Enfermagem**, Brasília, DF, v. 72, n. 2, p. 513-520, 2019. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/reben/a/SDnQPy5Q9rMsvkbsyLflQNL/abstract/?lang=en>. Acesso em: 15 mar. 2022.
- ALVES, E. C.; MOTA, H. S.; ARAÚJO, Y. L. F. M. A influência da mídia na cultura alimentar de adolescentes: uma análise de estudos publicados em periódicos no período de 2012 a 2017. *In: MARTINS, M. L.; MACEDO, I. (ed.). Livro de atas do III Congresso Internacional sobre Culturas: Interfaces da Lusofonia*. Braga: CECS, 2019. p. 574-580. Disponível em: <https://core.ac.uk/download/pdf/229422457.pdf>. Acesso em: 6 fev. 2022.
- BARIN, C. S.; ELLENSOHN, R. M.; SILVA, M. F. O uso do TikTok no contexto educacional. **RENOTE**, Porto Alegre, v. 18, n. 2, p. 630-639, 2021. Disponível em: <https://www.seer.ufrgs.br/index.php/renote/article/view/110306>. Acesso em: 6 fev. 2023.
- BERGE, J. M. *et al.* The protective role of family meals for youth obesity: 10-year longitudinal associations. **J Pediatr**, [s.l.], v. 166, n. 2, p. 296-301, 2015. Disponível em: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4308550/pdf/nihms624731.pdf>. Acesso em: 14 dez. 2021.
- BORGES, M. O.; SILVA, P. H. L.; MAYNARD, D. C. **Educação alimentar e nutricional com estudantes adolescentes – um estudo de revisão**. 2020. 20 f. Monografia (Graduação em Nutrição) – Centro Universitário de Brasília, Faculdade de Ciências da Educação e Saúde Brasília, DF, 2020. Disponível em: <https://repositorio.uniceub.br/jspui/bitstream/prefix/14466/1/Mary%C3%A2ngela%20Borges%20e%20Pedro%20Henrique%20.pdf>. Acesso em: 31 jan. 2023.
- BRASIL. Lei nº 11.947, de 16 de junho de 2009. Dispõe sobre o atendimento da alimentação escolar e do Programa Dinheiro Direto na Escola aos alunos da educação básica [...]. **Diário Oficial da União**: seção 1, Brasília, DF, p. 1, 17 jul. 2009. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2009/lei/11947.htm. Acesso em: 14 jul. 2021.
- BRASIL. Lei nº 13.146 de 6 julho de 2015. Institui a Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência (Estatuto da Pessoa com Deficiência). **Diário Oficial da União**: seção 1, Brasília, DF, n. 127, p. 2-11, 7 de julho de 2015. Disponível em: <https://pesquisa.in.gov.br/imprensa/jsp/visualiza/index.jsp?data=07/07/2015&jornal=1&pagina=2&totalArquivos=72>. Acesso em: 16 jan. 2023.
- BRASIL. Ministério da Saúde. **Guia alimentar para a população brasileira**. 2. ed. Brasília, DF: Ministério da Saúde, 2014.

BRASIL. Resolução nº 06, de 08 de maio de 2020. Dispõe sobre o atendimento da alimentação escolar aos alunos da educação básica no âmbito do Programa Nacional de Alimentação Escolar – PNAE. **Diário Oficial da União**: seção 1, Brasília, DF, 2020. Disponível em: <http://www.fn-de.gov.br/index.php/ acesso-a-informacao/institucional/legislacao/item/13511-resolu%C3%A7%C3%A3o-n%C2%BA-6,-de-08-de-maio-de-2020>. Acesso em: 14 jul. 2021.

BRASIL. Resolução nº 26, de 17 de junho de 2013. Dispõe sobre o atendimento da alimentação escolar aos alunos da educação básica no Programa Nacional de Alimentação Escolar – PNAE. **Diário Oficial da União**: seção 1, Brasília, DF, n. 115, p. 7, 18 jun. 2013. Disponível em: <https://pesquisa.in.gov.br/imprensa/jsp/visualiza/index.jsp?jornal=1&data=18/06/2013&pagina=7>. Acesso em: 15 mar. 2022.

CABRAL, B. I. P. *et al.* Programas de estudos e formação profissional em Nutrição: relato de uma experiência em Educação Alimentar e Nutricional. **Pesquisa, Sociedade e Desenvolvimento**, [s.l.], v. 11, n. 3, 2022.

CARRICONDE, L. L. *et al.* Os recursos de vídeos disponíveis no Facebook, Instagram e TikTok para o ensino de língua espanhola. **Revista Primeira Escrita**, [s.l.], v. 8, n. 1, p. 61-76, 2021. Disponível em: <https://trilhasdahistoria.ufms.br/index.php/revpres/article/view/13831/10023>. Acesso em: 16 jan. 2023.

COLOMBO, I. M.; ANJOS, D. A. S.; ANTUNES, J. R. Pesquisa translacional em ensino: uma aproximação. **Educação Profissional e Tecnológica em Revista**, Vitória, v. 3, n. 1, 2019. Disponível em: <https://ojs.ifes.edu.br/index.php/ept/article/view/377/338>. Acesso em: 10 dez. 2022.

DE OLIVEIRA, I. D.; DA SILVA, S. B. IFIZASSIM: protagonismo discente em tempos de pandemia. **Revista Práxis: saberes da extensão**, João Pessoa, v. 9, n. 19, p. 20-27, jan./abr. 2021. Disponível em: <https://pdfs.semanticscholar.org/80ab/4418fc7651aa86c565da876a1dfa60d86b19.pdf>. Acesso em: 12 fev. 2023.

DOMICIANO, C. G. *et al.* Estratégias da Mídia e os Apelos Comerciais para Promoção dos Produtos Alimentícios. **Revista Ciências em Saúde**, Itajubá, v. 4, n. 1, 2014. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/263162452_Estrategias_da_Midia_e_os_Apelos_Comerciais_para_Promocao_dos_Produtos_Alimenticios. Acesso em: 15 mar. 2022.

DUARTE, K. C.; CAMARGO, A. T. Formação de bons hábitos alimentares: a escola propiciando mediante a interdisciplinaridade a orientação de adolescentes. **Cadernos PDE**, Ponta Grossa, v. 1, 2016. Disponível em: http://www.diaadiaeducacao.pr.gov.br/portals/cadernospde/pdebusca/producoes_pde/2016/2016_pdp_cien_uepg_kelycristinaduarte.pdf. Acesso em: 15 jul. 2021.

FLORÊNCIO, L. O.; REIKDAL, C. A obesidade como consequência da publicidade de alimentos e a proteção da legislação brasileira ao público infantil. **Revista Eletrônica da ESA/RO**, Porto Velho, 2020. Disponível em: <https://revistaesa.oab->

ro.org.br/gerenciador/data/uploads/2020/10/Leti%CC%81cia-Oliveira-Flore%CC%82ncio_Clevertton-Reikdal.pdf. Acesso em: 7 fev. 2022.

FREIRE, P. **Pedagogia do oprimido**. 84. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2019.

FREITAS, E. P. G. **O boom digital no ensino remoto**: utilizando o instagram como interface pedagógica. 2022. 130 p. Dissertação (Mestrado Profissional de Formação de Professores) – Universidade Estadual da Paraíba, Campina Grande, 2022. Disponível em: <http://tede.bc.uepb.edu.br/jspui/handle/tede/4372>. Acesso em: 16 jan. 2023.

IBGE. **Pesquisa Nacional de Saúde 2019**: atenção primária à saúde e informações antropométricas. Rio de Janeiro: IBGE, 2020. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101758.pdf>. Acesso em: 14 dez. 2021.

IGUATU (CE). A cidade: histórico. **Prefeitura Municipal de Iguatu**, Iguatu, CE, c2022. Disponível em: <https://iguatu.ce.gov.br/a-cidade/>. Acesso em: 15 mar. 2022.

KNECHTEL, M. R. **Metodologia da pesquisa em educação**: uma abordagem teórico-prática dialogada. Curitiba: Intersaberes, 2014.

LAMAS, I.; CADETE, M. M. M. Do desejo à ação: fatores que interferem na abordagem nutricional para mudança de hábito alimentar. **Rev. enferm. UFPE on line**, Recife, v. 11, n. 6, p. 2432-2444, jun. 2017. Disponível em: <https://periodicos.ufpe.br/revistas/revistaenfermagem/article/view/23407/19075>. Acesso em: 15 jul. 2021.

LAUXEN, E. C. P.; BASSO, E. R. B.; HUTH, A. Associação entre qualidade da alimentação e risco de desenvolvimento de câncer. *In*: SEMINÁRIO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA – CIÊNCIAS DA SAÚDE, 28., 2021, Ijuí. **Anais eletrônicos** [...]. Ijuí: Unijuí, 2021. Disponível em: <https://publicacoeseventos.unijui.edu.br/index.php/salaconhecimento/article/view/2058>. Acesso em: 15 mar. 2022.

LIMA, K. S. S. *et al.* **Relação entre nutrição e autoimagem na adolescência**. 2022. 39 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Curso Técnico em Nutrição e Dietética) – Escola Técnica Estadual de Cidade Tiradentes, São Paulo, 2022. Disponível em: https://ric.cps.sp.gov.br/bitstream/123456789/9102/1/nut_2022_1_karinadelima_relacaoentrenutricaoautoimagemnaadolescencia.pdf. Acesso em: 30 jan. 2023.

LIMA, L. Entenda o papel da escola na criação de hábitos alimentares saudáveis. **Ministério da Educação**, Brasília, DF, 13 mar. 2020. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/component/content/article/384-noticias/fnde-1801140772/86291-entenda-o-papel-da-escola-na-criacao-de-habitos-alimentares-saudaveis?Itemid=164>. Acesso em: 15 jul. 2021.

MACIEL, V. Mais da metade dos jovens acompanhados no SUS têm alimentação inadequada. **Ministério da Saúde**, Brasília, DF, 17 out. 2018a. Disponível em: <https://www.gov.br/saude/pt-br/assuntos/noticias/mais-da-metade-dos-adolescentes-acompanhados-no-sus-tem-alimentacao-inadequada>. Acesso em: 14 jul. 2021.

MACIEL, V. No Ceará, 53% dos adolescentes acompanhados no SUS consomem produtos industrializados. **Ministério da Saúde**, Brasília, DF, 19 out. 2018b. Disponível em: <https://www.gov.br/saude/pt-br/assuntos/noticias/no-ceara-53-dos-adolescentes-acompanhados-no-sus-consomem-produtos-industrializados>. Acesso em: 14 jul. 2021.

MAIA, E. *et al.* O que esperar do preço dos alimentos saudáveis e não saudáveis ao longo do tempo? O caso do Brasil. **Nutrição em Saúde Pública**, Recife, v. 23, n. 4, p. 579-588, 2020. Disponível em: <https://www.cambridge.org/core/services/aop-cambridge-core/content/view/98FE380C358CCD2B25E99FFC7A4A8B9F/S1368980019003586a.pdf/what-to-expect-from-the-price-of-healthy-and-unhealthy-foods-over-time-the-case-from-brazil.pdf>. Acesso em: 10 fev. 2023.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos da metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MONTEIRO, J. C. S. Dá um like, se inscreve no canal e compartilha o vídeo: a atuação de professores como booktubers no YouTube. **Humanidades & Inovação**, [s.l.], v. 7, p. 276-285, 2020. Disponível em: <https://revista.unitins.br/index.php/humanidadeseinovacao/article/view/2448>. Acesso em: 6 fev. 2023.

NASCIMENTO, C. Enche as tuas mãos com alimentos... **Pensador**, [s.l.], c2022. Disponível em: <https://www.pensador.com/frase/MjgzNjc4NA/>. Acesso em: 15 mar. 2022.

NEVES, S. C. *et al.* Os fatores de risco envolvidos na obesidade no adolescente: uma revisão integrativa. **Ciência & Saúde Coletiva**, Rio de Janeiro, v. 26, n. 3, p. 4871-4884, 2021. <https://www.scielo.br/j/csc/a/YJBwJkN9H7Z8GbBKX5j7m8C/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 3 jan. 2022.

PEREIRA, T. S.; PEREIRA, R. C.; ANGELIS-PEREIRA, M. C. Influência de intervenções educativas no conhecimento sobre alimentação e nutrição de adolescentes de uma escola pública. **Ciência & Saúde Coletiva**, Rio de Janeiro, v. 22, n. 2, p. 427-435, 2017. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/630/63049587010.pdf>. Acesso em: 11 fev. 2022.

RODRIGUES, I. S. A.; GUIMARÃES, A. L. A Sala de Aula Invertida e o Uso do Aplicativo TIKTOK: Uma Contribuição Para Formação Continuada de Professores no Contexto da Pandemia Covid-19. **Epitaya E-books**, [s.l.], v. 1, n. 5, p. 172-186, 2022. Disponível em: <https://portal.epitaya.com.br/index.php/ebooks/article/view/391>. Acesso em: 6 fev. 2023.

SANTOS, F. F. **Intervenção alimentar e nutricional em ambiente virtual**. 2020. 144 f. Dissertação (Mestrado em Nutrição em Saúde Pública) – Faculdade de Saúde Pública, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2020. Disponível em: https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/6/6138/tde-30092020-121944/publico/SantosFF_MTR_O.pdf. Acesso em: 11 fev. 2022.

SANTOS, R. O.; RUDNIK, R. M. L. Instagram e a educação: algumas considerações. **Revista Brasileira de Educação**, [s.l.], v. 27, 2022. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbedu/a/HsGjTVtZ3Yn4Bn6SkHdsZvB/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 2 fev. 2023.

SILVA, A. V.; PESSÔA, E. M. Programa Longevidade: relato de experiência comunicacional. *In: Salão Internacional de Ensino, Pesquisa e Extensão*, 13., 2021. **Anais eletrônicos** [...]. Bagé: UNIPAMPA, 2021. Disponível em: <https://periodicos.unipampa.edu.br/index.php/SIEPE/article/view/110506>. Acesso em: 10 fev. 2023.

SILVA, D. C. A. *et al.* Percepção de adolescentes sobre a prática de alimentação saudável. **Ciência & Saúde Coletiva**, Rio de Janeiro, v. 20, n. 11, p. 3299-3308, 2015. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1413-812320152011.00972015>. Acesso em: 11 fev. 2022.

SILVA, E. C. T. **Hábitos saudáveis, meninas saudáveis**: estratégia de intervenção em alimentação saudável e refeições em família de adolescentes de escolas técnicas. 2015. 258 f. Tese (Doutorado em Ciências) – Faculdade de Saúde Pública, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2015. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/6/6138/tde-18092015-134840/publico/ErikaChristianeToassaDaSilva.pdf>. Acesso em: 14 dez. 2021.

SILVA, I. R. *et al.* Acessibilidade digital em tempos de ensino remoto. **Research, Society and Development**, [s.l.], v. 10, n. 4, p. e60010414966, 2021. Disponível em: <https://rsdjournal.org/index.php/rsd/article/view/14966/12969>. Acesso em: 16 jan. 2023.

SILVA, S. U. *et al.* As ações de educação alimentar e nutricional e o nutricionista no âmbito do Programa Nacional de Alimentação Escolar. **Ciência & Saúde Coletiva**, Rio de Janeiro, v. 23, n. 8, p. 2671-2681, 2018. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/csc/a/K5cbPVhd3tn4gPwQQmYg5km/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 10 fev. 2023.

SOARES, J. R. V.; OLIVEIRA, G. F. S. O papel da escola na construção de uma alimentação saudável. **Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento**, [s.l.], ano 4, ed. 9, v. 1, p. 176-186, set. 2019. Disponível em: <https://www.nucleodoconhecimento.com.br/educacao/papel-da-escola>. Acesso em: 15 jul. 2021.

SOUSA, L. M. *et al.* Atuação do nutricionista no Programa Nacional de Alimentação Escolar em municípios goianos. **RASBRAN - Revista da Associação Brasileira de Nutrição**, São Paulo, v. 10, n. 1, p. 66-71, 2019. Disponível em: <https://www.rasbran.com.br/rasbran/article/view/864/234>. Acesso em: 15 mar. 2022.

SOUZA, A. A.; CADETE, M. M. M. O papel das famílias e da escola na formação de hábitos alimentares saudáveis de crianças escolares. **Revista Pedagógica**, Chapecó, v. 19, n. 40, p. 136-154, jan./abr. 2017. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.22196/rp.v19i40.3747>. Acesso em: 14 dez. 2021.

SOUZA, L. M.; FIGUEIREDO, R. S. Desdobramentos pedagógicos da utilização do instagram para a promoção da educação ambiental. **Revista Interdisciplinar Sulear**, [s.l.], ano 04, n. 9, abr. 2021. Disponível em: <https://revista.uemg.br/index.php/sulear/article/view/5345/3412>. Acesso em: 16 jan. 2023.

TORREGLOSA, C. R. *et al.* Qualidade da dieta e despesa diária com alimentação em adultos com doença cardiovascular no Brasil. **Cadernos De Saúde Pública**, São Paulo, v. 36, n. 10, 2020. Disponível em:

<https://www.scielo.br/j/csp/a/b8PVhJQC4cTqj6Sd5xY5Kqc/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 19 jan. 2023.

VALE, D. **Alimentação e nutrição de adolescentes no Brasil**: notas epidemiológicas. Mossoró: EDUERN, 2020. Disponível em: <https://drive.google.com/file/d/1fqGIuaMFXJK5HOiHP5-JAW0mc4cJQc4Z/view>. Acesso em: 14 dez. 2021.

WICKHAM, C. A.; CARBONE, E. T. “Just Say It Like It Is!” Use of a Community-Based Participatory Approach to Develop a Technology-Driven Food Literacy Program for Adolescents. **International Quarterly of Community Health Education**, [s.l.], v. 38, n. 2, p. 83-97, 2018.

ZIMERMANN, D. Y.; GUIDOTTI, F. G. Potencialidades da interatividade no Instagram Stories para o jornalismo. *In*: SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE PESQUISAS EM MEDIATIZAÇÃO E PROCESSOS SOCIAIS, 4., 2021, São Leopoldo. **Anais eletrônicos** [...]. São Leopoldo: UNISINOS, 2021.

APÊNDICE A – SOLICITAÇÃO DE PARCERIA COM A SETOR DE COMUNICAÇÃO IFCE – IGUATU

15/03/2022 11:51

E-mail de IFCE - Instituto Federal do Ceará - Solicitação de parceria



Ednaria Alves Silva <ednaria.alves@ifce.edu.br>

Solicitação de parceria

2 mensagens

Ednaria Alves Silva <ednaria.alves@ifce.edu.br>

8 de dezembro de 2021 22:02

Para: "comunicacao.iguatu - IFCE IFCE" <comunicacao.iguatu@ifce.edu.br>

Olá, boa tarde!

SOLICITAÇÃO DE PARCERIA COM O SETOR DE COMUNICAÇÃO IFCE – IGUATU

Venho solicitar a parceria com o setor de comunicação do campus IFCE- Iguatu para divulgação de posts, elaborados através do projeto de pesquisa do mestrado profissional do Programa de Pós-graduação em Educação Profissional e Tecnológica (PROFEPT) do IFCE – Campus Fortaleza.

O projeto tem como objetivo contribuir para a formação de novos hábitos alimentares de adolescentes e jovens do IFCE *Campus* Iguatu a partir da apresentação de estratégias que possibilitem o conhecimento sobre o tema e proporcione escolhas conscientes na alimentação.

O desenvolvimento desse trabalho dar-se-á por meio de 6 fases:

- 1- Solicitação da parceria com o setor de comunicação do campus IFCE – Iguatu.
- 2- Elaboração de uma postagem de sondagem na forma de caixa de pergunta, na qual os alunos poderão responder a seguinte provocação: “O que te impede de manter uma alimentação saudável? ”. Essa postagem será divulgada nos stories da conta oficial do Instagram e deverá ser repostado por 3 vezes em dias alternados a fim de agregar mais participantes.
- 3- Análise das respostas da provocação e verificação dos assuntos mais citados.
- 4- Elaboração de 3 postagens com os assuntos mais citados que poderão variar entre cards, vídeos e podcast.
- 5- Divulgação dos posts nas redes sociais do campus, que deverá acontecer semanalmente, com data a ser combinada com o setor de comunicação.
- 6- Quantificação das visualizações das postagens nas redes sociais do campus para validação do produto.

A escolha do uso das mídias sociais deve-se à tendência de crescimento da utilização desse meio de comunicação, o engajamento dos jovens e adolescentes e a facilidade de acesso aos conteúdos abordados.

Ciente da importância ímpar do setor de comunicação para desenvolvimento desse projeto é que venho solicitar essa parceria e agradecer desde já a colaboração.

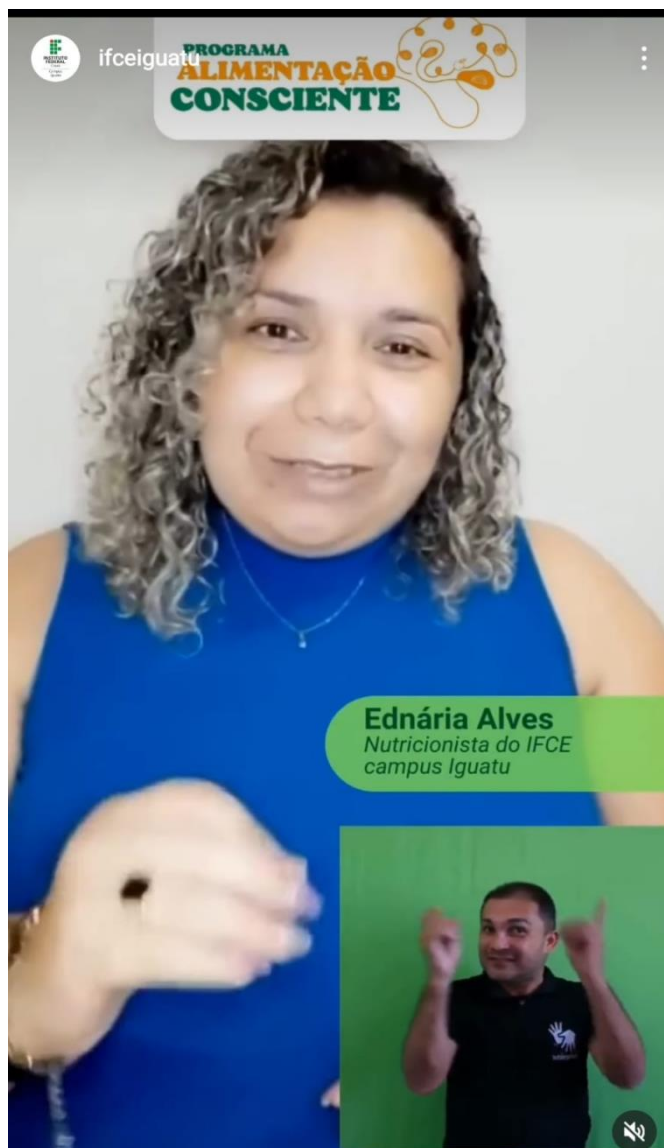
Atenciosamente,

Ednária Alves Silva
Nutricionista IFCE - Iguatu
Mat. Siape: 1893103

APÊNDICE B – ENQUETE: O QUE TE IMPEDE DE MANTER UMA ALIMENTAÇÃO SAUDÁVEL?

The image shows a mobile application interface for a survey. At the top, there is a header bar with the 'ifceiguatu' logo and the text 'ifceiguatu 2 h'. Below this, a white banner displays the 'INSTITUTO FEDERAL Ceará' logo and the text 'INSTITUTO FEDERAL | Campus Iguatu'. The main content area has a light blue background and features a large question mark icon inside a speech bubble. Below the icon, the survey title 'O QUE TE IMPEDE DE MANTER UMA ALIMENTAÇÃO SAUDÁVEL?' is written in bold, dark blue capital letters. At the bottom, there is a blue rounded rectangle containing a white question mark icon and a text input field with the placeholder 'Digite algo...'. The entire interface is framed by a blue border.

**APÊNDICE C – VÍDEO: APRESENTAÇÃO DO PROGRAMA ALIMENTAÇÃO
CONSCIENTE- 04/10**



Link de acesso: <https://www.instagram.com/reel/CjTmF8WPYT0/?igshid=MDJmNzVkMjY=>

**APÊNDICE D – POST: SE LIGA! O QUE NINGUÉM TÁ FALANDO PRA VOCÊ
SOBRE ALIMENTAÇÃO - 05/10**



Link de acesso: https://www.instagram.com/p/CjWDvvpP_DP/?igshid=YmMyMTA2M2Y=

**APÊNDICE E – POST: EU AMAVA QUANDO O LANCHE DA ESCOLA ERA... -
06/10**



Link de acesso: <https://www.instagram.com/p/CjYvZ3AJH1B/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

APÊNDICE F – POST: QUEM É VOCÊ NO JOGO DA ALIMENTAÇÃO - 07/10



Link de acesso: <https://www.instagram.com/p/CjbUQeYva9Y/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

APÊNDICE G – POST: VOCÊ SABE IDENTIFICAR ALIMENTOS PROCESSADOS?
- 10/10



Link de acesso: https://www.instagram.com/p/CjjQU_DsmiZ/?igshid=YmMyMTA2M2Y=

APÊNDICE H – POST SALADA DE DICAS - 12/10



Link de acesso: <https://www.instagram.com/p/CjoFTiltqzj/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

APÊNDICE I – POST SOBRE SER CRINGE - 14/10



Link de acesso: <https://www.instagram.com/p/CjtjX-7Oz9y/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

**APÊNDICE J – VÍDEO DIA MUNDIAL DA ALIMENTAÇÃO E OUTUBRO ROSA -
15/10**



Link de acesso: <https://www.instagram.com/p/Cju8zhTtaDI/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

APÊNDICE K – POST SOBRE FAZER X COMPRAR PRONTO - 17/10



Link de acesso: <https://www.instagram.com/p/Cj1GiiSrDyU/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

APÊNDICE L – POST SOBRE SE ALIMENTAR DE FORMA SAUDÁVEL É CARO?
- 19/10



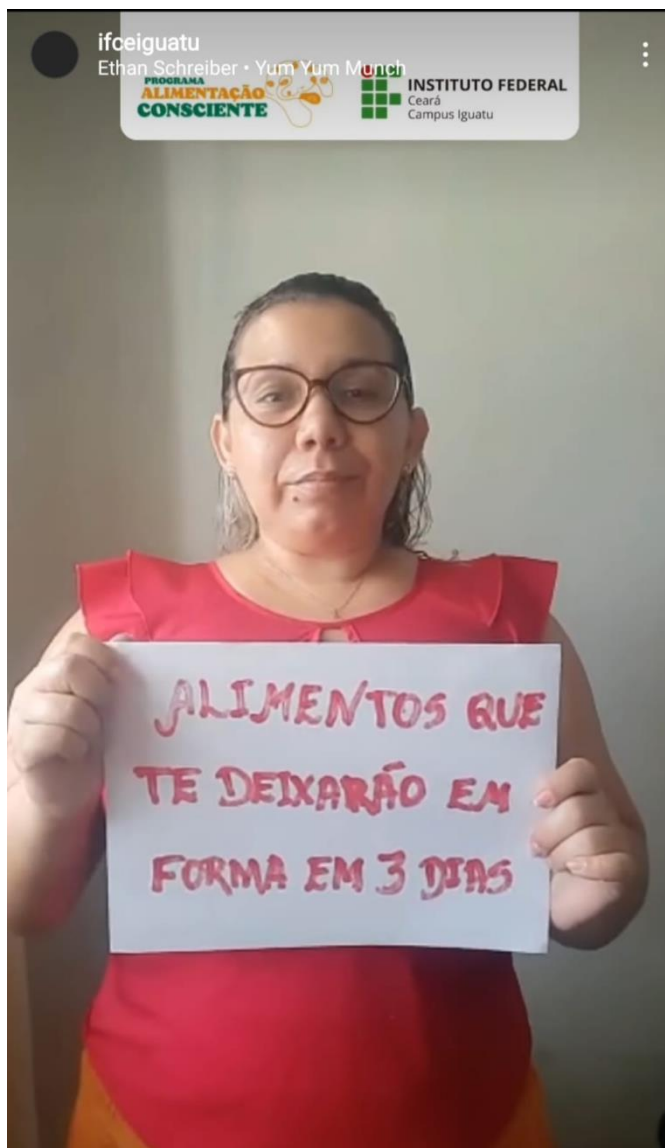
Link de acesso: <https://www.instagram.com/p/Cj6N0QZPBps/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

**APÊNDICE M – POST: EU DESCOBRI QUEM ESTÁ ME FAZENDO ENGORDAR -
21/10**



Link de acesso: https://www.instagram.com/p/Cj_N6XkvtWI/?igshid=YmMyMTA2M2Y=

APÊNDICE N – VÍDEO: MEME - ALIMENTOS QUE TE DEIXARÃO EM FORMA EM 3 DIAS - 22/10



Link de acesso:

<https://www.instagram.com/reel/CkBn7P5M4m2/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

**APÊNDICE O – POST: MELHOR ÉPOCA PARA COMPRAR MAIS BARATO
FRUTAS, VERDURAS E LEGUMES - 24/10**



Link de acesso: <https://www.instagram.com/p/CkHFstyvnrj/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

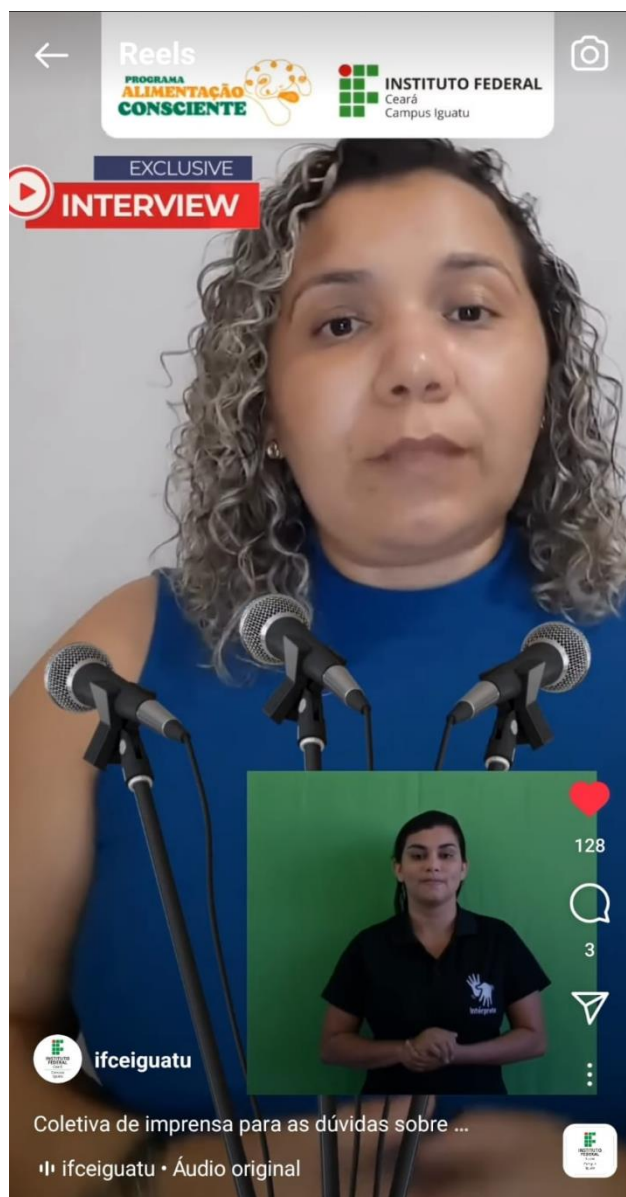
APÊNDICE P – POST: COMER BEM NÃO É CARO - 26/10

Link de acesso: <https://www.instagram.com/p/CkMPW2XPfIH/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

**APÊNDICE Q – POST: VOCÊ É UM JOVEM CONSCIENTE NA ALIMENTAÇÃO? -
28/10**



Link de acesso: <https://www.instagram.com/p/CkRY6c8PG5G/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

APÊNDICE R – VÍDEO: MEME - COLETIVA DE IMPRENSA - 30/10

Link de acesso:

<https://www.instagram.com/reel/CkVpp4evC5W/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>