



## Depoimento de Ação Extensionista

### O uso do Instagram para divulgação das informações de um projeto de extensão sobre alimentação e nutrição de crianças menores de dois anos: o antes e durante a Covid-19.

*The use of Instagram to disseminate information about an extension project on food and nutrition for children under two years of age: before and during the Covid-19.*

Thaina Lobato Calderoni<sup>1</sup>  
Yasmin Ribeiro Lemos<sup>1</sup>  
Isabella Rodrigues Braga<sup>1</sup>  
Luyane Lima Silva<sup>1</sup>  
Yasmim Garcia Ribeiro<sup>1</sup>  
Ana Carolina Carvalho Rodrigues<sup>1</sup>  
Luana Silva Monteiro<sup>1</sup>  
Naiara Sperandio<sup>1</sup>  
Jane de Carlos Santana Capelli<sup>1</sup>

#### Resumo

A paralisação das atividades presenciais devido a pandemia da Covid-19 fez a equipe do projeto de extensão universitária "IACOL" utilizar o Instagram como o seu principal canal de comunicação com a população. O estudo visa analisar o uso de uma rede social por um projeto de extensão como estratégia de divulgação de temas sobre alimentação e nutrição de crianças menores de dois anos, antes e durante a pandemia da Covid-19. Realizou-se um estudo descritivo, utilizando-se as métricas disponíveis no *Feed* do Instagram. Antes da pandemia, cinco Eixos Temáticos foram postados; e, durante a pandemia, aumentou para treze. O Eixo Temático de maior alcance, curtidas e impressão foi a Alimentação complementar, no período anterior à pandemia. Durante a pandemia, o "Estudo de Caso de um Lactente" foi o mais curtido, e teve maior alcance e impressão. O *Feed* do Instagram revelou ser uma boa ferramenta de divulgação das ações de extensão universitária.

**Palavras-chave:** Alimentação Infantil. Promoção da Saúde. Rede Social.

---

<sup>1</sup> Universidade Federal do Rio de Janeiro - Campus Macaé (UFRJ-Macaé) - tlc.thaina@gmail.com; yasminribeirolemos@outlook.com; isabellabraga18@gmail.com; luy-lima@hotmail.com; yasmimribeirog@gmail.com; anacarolina12361@hotmail.com; luananutrir@gmail.com; naiarasperandio28@gmail.com; jcscapelli@gmail.com



## Abstract

The stoppage of face-to-face activities due to the pandemic of Covid made the team of university extension project "IACOL" use Instagram as its main channel of communication with the population. The study aims to analyze the use of a social network by an extension project as a strategy to disseminate topics on food and nutrition for children under two years of age, before and during the pandemic of COVID-19. A descriptive study was conducted using the metrics available in Instagram Feed. Before the pandemic, five Thematic Axes were posted; and, during the pandemic, it increased to thirteen. The Thematic Axis of greater reach, likes and impression was the Complementary Food, in the period before the pandemic. During the pandemic, the "Infant Case Study" it was the most liked and had greater reach and impression. The Instagram Feed proved to be a good tool for disseminating university extension actions.

**Keywords:** Child Nutrition. Health Promotion. Social Networking.

## 1. Introdução

A internet é o segundo meio de comunicação de massa mais usado no Brasil, perdendo apenas para a televisão (PINTO, 2019). A Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD), de 2016, revelou que aproximadamente 116 milhões de brasileiros de diferentes regiões usam a internet (INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA, 2016), passando em média cinco horas por dia conectados (SECRETARIA ESPECIAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL, 2017).

Esse intenso uso da internet permitiu aumentar o alcance e o protagonismo de diferentes atores e organizações sociais tanto na capacidade de mobilização como na articulação (ARAÚJO et al., 2015). No entanto, a internet ainda não é um meio democrático pois, segundo Magrani (2014, p. 22) há "(...) distribuição desigual do acesso, a estrutura altamente fragmentada dos canais, a polarização dos discursos e a crescente apropriação do espaço *online* pela lógica do poder estatal e do capital dos mercados (...)." Essa discussão é recente, uma vez que as redes sociais ganharam força no século XXI, mas de importante relevância por interferir profundamente na forma de agir da sociedade.



O Instagram é uma ferramenta digital muito utilizada por meio do celular, sendo considerado um “fenômeno planetário para expressão da cultura no ambiente digital por meio de imagens” (PINTO, 2019, p. 819), constituindo-se em um importante meio de entretenimento digital por compartilhar o cotidiano dos usuários (LEMOS; DE CENA, 2018). Esse ambiente virtual pode ser considerado uma ferramenta estratégica para o momento atual de emergência provocado pelo coronavírus SARS-CoV-2, que foi identificado pela primeira vez em *Wuhan*, China, em dezembro de 2019. Em março de 2020, a Organização Mundial da Saúde (OMS) declarou a Covid-19 como uma pandemia (MINISTÉRIO DA SAÚDE, 2020), sendo o primeiro caso da doença no Brasil registrado um pouco antes, em 26 de fevereiro de 2020.

Dada a ausência de tratamento medicamentoso específico e vacina para a Covid-19, as primeiras recomendações para a população foram as mesmas utilizadas para prevenção das doenças respiratórias, levando os países a adotarem diferentes estratégias para conter a propagação do vírus (ANDERSON et al., 2020). No Brasil, a Lei nº 13.979/2020 dispôs as medidas temporárias de prevenção ao contágio e de enfrentamento da propagação da doença.

Nesse cenário, o município de Macaé adotou como uma das medidas para conter a disseminação do coronavírus a suspensão das aulas em toda a rede de ensino público e privado, por meio do Decreto nº 30/2020. Assim, as universidades e suas atividades presenciais tiveram que ser suspensas, o que levou as mesmas a se reinventarem para manter suas atividades de Ensino, Pesquisa e Extensão, mostrando-se cada vez mais importantes nesse momento de pandemia (FORPROEX, 2012).

Nesse contexto, os projetos de cunho extensionista tiveram que ressignificar a sua relação com a sociedade, por meio de espaços virtuais, para realizar encontros e trocas de conhecimento. Além disso, fortaleceram o vínculo entre os docentes, técnicos e discentes, e concretizaram a relação entre teoria e prática para geração de novos saberes e sua disseminação.

O projeto de extensão “Incentivo a Alimentação Complementar Adequada voltada aos Lactentes assistidos na Rede Básica de Saúde do Município de Macaé”, conhecido por IACOL, que usava o Instagram para levar informações à população,



buscou intensificar o diálogo e as trocas de experiências com a sociedade por meio dessa ferramenta digital durante a pandemia.

O presente estudo visa analisar os principais temas sobre alimentação e nutrição de crianças menores de dois anos, de interesse da população usuária do Instagram, divulgados pelo projeto de extensão IACOL, antes e durante a pandemia da Covid-19.

## 2. Desenvolvimento

### 2.1 Contextualizando o Instagram do IACOL como ferramenta de ação extensionista na pandemia da Covid-19

O IACOL tem como objetivo principal promover a alimentação adequada e saudável nos dois primeiros anos de vida, com base nas publicações em nutrição infantil do Ministério da Saúde, dentre elas, o Guia alimentar para crianças brasileiras menores de dois anos (BRASIL, 2019). Sua equipe é composta por docentes e discentes dos cursos de Nutrição e de Medicina, e profissionais de saúde da Rede de Atenção Básica do Município de Macaé. O IACOL está vinculado ao projeto de pesquisa “Amamenta e Alimenta na Atenção Primária à Saúde do Município de Macaé - Rio de Janeiro”, aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa da Faculdade de Medicina de Campos dos Goytacazes/RJ, sob CAEE: 30378514.1.0000.5244.

O IACOL foi criado em 2013 e suas ações sempre foram presenciais. Em agosto de 2019, a equipe do projeto sentiu a necessidade de estreitar o vínculo de suas ações com a sociedade pelo meio digital, e optou pelo Instagram, devido à sua ampla abrangência, para ser um canal alternativo de diálogo com a população.

No início, as publicações, que denominaremos *posts*, no Instagram do IACOL aconteciam de uma a duas vezes na semana, com variados temas. Com a paralisação das atividades presenciais na UFRJ em todos os seus *Campi*, devido ao agravamento da Covid-19, a equipe IACOL decidiu utilizar o Instagram como principal canal de comunicação com a população, para dar continuidade, bem como ampliar a disseminação das informações sobre cuidados de saúde, nutrição e alimentação aos seus seguidores.



Em reuniões via *webconferência*, nos meses de abril e maio de 2020, foi estabelecido o calendário de postagens e a criação de uma nova identidade visual a fim de atrair a atenção do leitor para o conteúdo apresentado. Com isso, iniciou-se a elaboração dos *posts* para a divulgação no Instagram, com novas propostas de *layout*. As datas e horários de postagens foram definidos a partir do levantamento no próprio Instagram do IACOL dos melhores dias da semana e horários de maior visualização pelos seguidores, definindo-se 12h, 15h, 18h e 20h para as postagens. Ao final da reunião, definiu-se que dois membros da equipe se responsabilizariam pelo Instagram do IACOL, com o apoio das integrantes do projeto, e pensassem em como fazer a divulgação dos *posts* de modo a atingir grande parte dos objetivos do projeto extensionista.

A ferramenta CANVA foi escolhida para a elaboração dos *posts* específicos tanto para o *Feed* do Instagram como para o Instagram *Stories*, uma vez que ambos apresentavam uma arte diferente. O *Feed* do Instagram é a página principal na qual os usuários têm acesso às atualizações e postagens que podem ser visualizadas, e que só podem ser apagadas se for da vontade do dono da conta. O Instagram *Stories* é um recurso que permite ao dono da conta melhorar a sua interação com os usuários a partir da publicação de fotos, textos ou vídeos que ficarão acessíveis por até 24 horas (INSTAGRAM, 2020).

## 2.2 Metodologia

Para o desenvolvimento deste artigo, realizou-se um estudo descritivo, quantitativo do perfil do projeto IACOL no Instagram, no período entre 05 de agosto de 2019 a 05 de julho de 2020.

Inicialmente, foi feito um levantamento dos *posts* divulgados no *Feed* do Instagram, com os temas voltados a alimentação e nutrição de crianças menores de dois anos, na primeira semana de julho de 2020. Após o levantamento, os títulos dos *posts* foram agrupados em duas categorias: antes (agosto de 2019 a março de 2020) e durante (abril a julho de 2020) a pandemia. Após essa categorização, cada *post* foi agrupado em Eixos Temáticos e digitados em uma planilha do *Excel for Windows*.





O Quadro 1 apresenta os Eixos Temáticos definidos segundo as categorias antes e durante a pandemia da Covid-19:

Quadro 1. Eixos temáticos publicados no Instagram do IACOL, segundo as categorias: antes e durante a pandemia da COVID-19. Agosto de 2019 a Julho de 2020.

Categorias	Eixos Temáticos
Antes da pandemia	Aleitamento materno Alimentação complementar Aspectos fisiológicos <sup>1</sup> Publicações científicas do projeto <sup>1</sup> Outros temas
Durante a pandemia	Aleitamento materno Alimentação complementar Aspectos gerais da criança e da família Micronutrientes <sup>1</sup> Macronutrientes <sup>1</sup> Receitas fontes de micronutrientes Receitas fontes de macronutrientes Receitas temáticas Safra do mês Estudo de caso de um lactente <sup>2</sup> Técnica dietética <sup>1</sup> Aspectos fisiológicos do lactente <sup>1</sup> Outros temas
<sup>1</sup> Publicações somente com conteúdo científico (teórico). <sup>2</sup> A equipe do projeto IACOL passou a acompanhar um lactente em aleitamento materno exclusivo a partir do 6 mês, quando foi iniciada a introdução da alimentação complementar. O acompanhamento das diferentes fases desse período foi postado no Instagram do IACOL.	

Fonte: As autoras (2020)

Na análise dos dados, utilizou-se o Instagram *Insights*, que é uma ferramenta disponibilizada gratuitamente pelo Instagram, que possibilita o dono da conta visualizar todos os dados disponíveis em tempo real. Ele funciona como uma espécie de gerenciador de dados, pois gera relatórios sobre as postagens, o público, as interações, o melhor horário para publicar as suas fotos, textos, vídeos, dentre outros (INSTAGRAM, 2020). Para analisar o desempenho de cada conta, ele utiliza diferentes métricas (SILVA; CERQUEIRA, 2011), como curtidas (cliques no site), comentários, impressões, visitas ao perfil, alcance, dentre outros.

Neste estudo, foram utilizadas as métricas: alcance, impressão e curtidas. Por alcance entende-se como sendo o número de contas que viram um determinado *post* (que pode ser uma foto, um vídeo, um texto) no *Feed* do Instagram, no Instagram



*Stories*, dentre outros. Impressão é o número de vezes que uma foto, um vídeo ou um texto foi visto no *Feed* do Instagram, podendo-se contabilizar as visualizações por uma mesma conta. Cabe ressaltar que uma conta pode ser entendida como sendo a de um seguidor da página, ou de apenas um internauta que visualizou a informação. Por curtida, entende-se como sendo o número de contas que gostaram do *post*, e desejaram chamar a atenção com um “*like*” (gostei) para se fazer presente.

Realizou-se uma análise descritiva a partir dos valores absolutos e relativos das interações e visualizações das contas nos *posts* segundo as categorias: antes e depois da pandemia da Covid-19, dos Eixos Temáticos de acordo com as métricas definidas no estudo.

## 2.3 Resultados

Neste estudo, observou-se que, no período anterior a pandemia, houve cinco Eixos Temáticos publicados no *Feed* do Instagram do IACOL. A Alimentação complementar foi o tema de maior alcance (43,8%), curtidas (33,5%) e (38,9%) impressão pelos usuários do Instagram (Tabela 1).

Tabela 1. Distribuição percentual dos Eixos temáticos sobre saúde e nutrição postados no *Feed* do Instagram do IACOL, segundo alcance, curtidas e impressão, antes da pandemia da COVID-19. Agosto de 2019 a Julho de 2020.

Eixos Temáticos	Alcance n(%)	Curtidas n(%)	Impressão n(%)
Aleitamento Materno	3251(23,2)	296(22,3)	3239(19,5)
Alimentação Complementar	<b>6130(43,8)</b>	<b>444(33,5)</b>	<b>6475(38,9)</b>
Aspectos Fisiológicos	445(3,2)	70(5,3)	1003(6,0)
Publicações do projeto	2573(18,4)	310(23,4)	3582(21,5)
Outros Temas	1601(11,4)	205(15,5)	2346(14,1)
<b>Total</b>	<b>14000(100,0)</b>	<b>1325(100,0)</b>	<b>16645(100,0)</b>

Fonte: As autoras (2020)

Durante a pandemia da Covid-19, observou-se que o Eixo Temático Alimentação complementar foi o que recebeu mais curtidas (18,6%), e as Receitas



temáticas foi o Eixo que apresentou maior alcance (17,9%) e impressão (18,0%) (Tabela 2). Cabe ressaltar que esse Eixo era publicado como vídeo, podendo ser um fator que despertasse interesse e curiosidade pelos usuários.

Nesse período, verificou-se também que o número de Eixos Temáticos publicados foi mais que o dobro (n=13) do período anterior a pandemia (n=5).

Tabela 2. Distribuição percentual dos Eixos Temáticos sobre saúde e nutrição postados no Feed do Instagram do IACOL, segundo alcance, curtidas e impressão, antes da pandemia da COVID-19. Agosto de 2019 a Julho de 2020.

<b>Eixos Temáticos</b>	<b>Alcance n(%)</b>	<b>Curtidas n(%)</b>	<b>Impressão n(%)</b>
Aleitamento materno	417(1,3)	50(1,5)	417(1,1)
Alimentação Complementar	4860(15,3)	<b>614(18,6)</b>	5686(15,3)
Micronutrientes	3500(11,0)	389(11,8)	4127(11,1)
Macronutrientes	668(2,1)	75(2,3)	766(2,1)
Receitas fontes de micronutrientes	2895(9,1)	294(8,9)	3416(9,2)
Receitas fontes de macronutrientes	594(1,9)	71(2,2)	737(2,0)
Receitas temáticas	<b>5673(17,9)</b>	406(12,3)	<b>6699(18,0)</b>
Safra do mês	1707(5,4)	204(6,2)	2026(5,5)
Estudo de caso de um lactente	2461(7,8)	224(6,8)	2971(8,0)
Aspectos da criança e da família	2797(8,8)	323(9,8)	3086(8,3)
Técnica dietética	2582(8,2)	252(7,6)	2994(8,1)
Aspectos fisiológicos	1107(3,5)	126(3,8)	1294(3,5)
Outros temas	2418(7,6)	271(8,2)	2902(7,8)
<b>Total</b>	<b>31679(100,0)</b>	<b>3299(100,0)</b>	<b>37121(100,0)</b>

<sup>1</sup>GA = Guia alimentar para crianças brasileiras menores de dois anos (BRASIL, 2019).

Fonte: As autoras (2020)

Nesse estudo, foi possível verificar que o projeto de extensão IACOL, ao passar a utilizar o Instagram como o principal meio de comunicação com a sociedade,





aumentou em mais de 100,0% o número de *posts* e de Eixos Temáticos durante a pandemia, quando comparado ao período anterior a pandemia.

O uso do *Feed* do Instagram permitiu que as ações de extensão do projeto IACOL dessem continuidade, aproximou a universidade com a sociedade e alcançou um número maior de pessoas. Antes da pandemia, as ações educativas aconteciam principalmente de forma presencial, uma vez ao mês, nas unidades básicas de saúde, com a participação de 10 a 15 pessoas. Durante a pandemia, com o uso da Instagram, o projeto alcançou um público acima de 600 seguidores. Além disso, como o Instagram disponibiliza as ferramentas *e-mail* e *direct*, os usuários têm dialogado com a equipe do projeto por meio de mensagens no privado.

Cabe destacar que no mês de março, o número de seguidores do Instagram do IACOL era de 250, ultrapassando 600 no final de junho. Esse aumento revelou o esforço e o trabalho coletivo das graduandas dos cursos de Nutrição e Medicina, pois elas pesquisaram, estudaram e trocaram informações (em reuniões virtuais) sobre os temas que iriam elaborar para seus *posts*, se aprofundaram em conhecer a ferramenta digital para entendê-la, bem como outros recursos para otimizar as informações a serem divulgadas na rede social.

### 3. Conclusão

Os Eixos Temáticos sobre alimentação e nutrição divulgados no *Feed* do Instagram antes da pandemia foram menos diversificados em relação àqueles divulgados durante a pandemia. Apenas cinco Eixos Temáticos sobre alimentação e nutrição eram publicados antes da pandemia, passando para 13 Eixos Temáticos durante a pandemia da Covid-19, que apresentaram maiores alcances, curtidas e impressões. O Eixo Temático Alimentação complementar teve mais curtidas em ambos os períodos, e as Receitas temáticas tiveram maior alcance e impressão durante a pandemia.

O *Feed* do Instagram, portanto, revelou ser uma boa ferramenta de divulgação das ações de extensão universitária, a partir do momento que a rede social passou a



ser o principal canal de comunicação do projeto IACOL com a população usuária da rede social.

No decorrer da pandemia, a equipe IACOL teve que se reinventar para que as atividades extensionistas fossem mantidas e seus objetivos alcançados. O projeto de extensão universitária, que passou de presencial para remoto, à medida que os temas foram se diversificando e as postagens sendo ampliadas, conseguiu alcançar mais pessoas, aumentar o seu interesse bem como interagir com as mesmas. Para tal, a equipe teve que superar as dificuldades encontradas no uso das ferramentas digitais, para conseguir estreitar o vínculo com a sociedade. Essa mudança de paradigma foi possível com a dedicação, empenho e muita vontade de manter vivo o diálogo com a população.

## Referências

ANDERSON, Roy M.; HEESTERBEEK, Hans; HOLLINGSWORTH, T Déirdre. How will country-based mitigation measures influence the course of the COVID-19 epidemic? **Lancet** 2020; 395:931-4.

ARAÚJO, Rafael de Paula Aguiar; PENTEADO, Cláudio Luis Camargo; SANTOS, Marcelo Burgos Pimentel dos. Democracia digital e experiências de e-participação webativismo e políticas públicas. **História, Ciências, Saúde**. Manguinhos, Rio de Janeiro, 2015; 22(Suppl.):1597-1619.

BRASIL. Ministério da saúde. secretaria de Atenção à Saúde. Departamento de promoção da saúde. **Guia alimentar para crianças menores de 2 anos**/Ministério da saúde, secretaria de atenção primária à saúde, departamento de promoção da saúde. - Brasília: Ministério da Saúde, 2019.

BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria de Atenção à Saúde. Departamento de Atenção Básica. **Saúde da criança: aleitamento materno e alimentação complementar**/Ministério da Saúde, Secretaria de Atenção à Saúde, Departamento de Atenção Básica. - 2. ed. - Brasília: Ministério da Saúde, 2015a. 184 p.: il. - (Cadernos de Atenção Básica; n. 23).

BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria de Atenção à Saúde. **Estratégia Nacional para Promoção do Aleitamento Materno e Alimentação Complementar Saudável no Sistema Único de Saúde**: manual de implementação/Ministério da Saúde, Secretaria de Atenção à Saúde. - Brasília: Ministério da Saúde, 2015b. 152 p.



DECRETO nº. 030/2020, de 16 de março de 2020. Dispõe sobre a adoção de medidas preventivas para a contenção do coronavírus no município de Macaé. Governo do Estado do Rio de Janeiro. **Prefeitura Municipal de Macaé**. Disponível em: <http://www.macaerj.gov.br/midia/uploads/Decreto%20030-2020.PDF> Acesso em: 10 jul. 2020.

FORPROEX. **Política Nacional de Extensão Universitária**. Fórum de Pró-Reitores das Instituições Públicas de Educação Superior Brasileiras. 2012.

INSTAGRAM [Internet]. **Instagram Press**; 2020. Disponível em: <https://instagrampress.com/>. Acesso em: 18 jul. 2020.

LEI nº. 13.979, de 13 de março de 2020. Dispõe sobre as medidas para enfrentamento da emergência de saúde pública de importância internacional decorrente do coronavírus responsável pelo surto de 2019. Presidência da República Secretaria-Geral. **Subchefia de Assuntos Cíveis**. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2019-2022/2020/lei/113979.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2020/lei/113979.htm) Acesso em: 10 jun. 2020.

MAGRANI, Eduardo. **Democracia conectada: a internet como ferramenta de engajamento político-democrático**. Curitiba: Juruá, 2014. 222p.

MINISTÉRIO DA SAÚDE. Coronavírus. COVID-19. **Recomendações de alimentação e COVID-19**. Ministério da Saúde. Secretaria de Vigilância em Saúde Secretaria de Atenção Primária à Saúde. Brasília, 2020.

SILVA, Tarcísio; CERQUEIRA, Renata. Mensuração em mídias sociais: quatro âmbitos de métricas. In: CHAMUSCA, M.; CARVALHAL, M. (Orgs). **Comunicação e marketing digitais: conceitos, práticas, métricas e inovações**. Salvador (BA): Edições VNI; 2011. p. 119-41.

SOCIEDADE BRASILEIRA DE PEDIATRIA. **Manual de orientação para a alimentação do lactente, do pré-escolar, do escolar, do adolescente e na escola**. 3. ed. Rio de Janeiro: Sociedade Brasileira de Pediatria, 2012.

PINTO, Pamela Araújo. Marketing social e digital do Ministério da Saúde no Instagram: estudo de caso sobre aleitamento materno. **Reciis - Rev Eletron Comun Inf Inov Saúde**. 2019, out.-dez.;13(4):817-30.