

## ELABORAÇÃO DE CONTEÚDOS CIENTÍFICOS SOBRE NUTRIÇÃO PARA UMA CLÍNICA NA CIDADE DE BAGÉ/RS

157

Beatriz Baumgratz Mota<sup>1\*</sup>, Eduarda Gonçalves Ferreira<sup>1</sup>, Fabrício Trindade da Silva<sup>1</sup>, André Rosa Garcia<sup>1</sup>, Mirtes Dalmaso<sup>2</sup>

<sup>1\*</sup>Acadêmicos do Curso de Nutrição, Centro Universitário da Região da Campanha - URCAMP,  
biabaumgratz@outlook.com

<sup>2</sup>Orientadora, Professora Mestre do Curso de Nutrição, Centro Universitário da Região da Campanha - URCAMP

**Resumo:** O marketing alimentar influencia o consumo alimentar das crianças desde a cor até aos personagens relacionados a um alimento, o que pode trazer grandes prejuízos para a saúde infantil. Já os adolescentes e adultos, são persuadidos pelo marketing digital proporcionado por pessoas influenciadoras (digitais influencers). É de extrema importância a presença de Nutricionistas dentro do marketing digital a fim de promover hábitos mais saudáveis na alimentação da população. Com base no exposto, a pesquisa teve como objetivo elaborar conteúdos científicos sobre alimentação e estilo de vida saudável para as redes sociais de uma clínica na cidade de Bagé/RS, com o intuito de promover o marketing nutricional e a promoção da saúde. O desenvolvimento da pesquisa foi através de coleta de dados, criando uma enquete com a seguinte pergunta: "E aí, o que gostaria de saber sobre Nutrição?", que foi divulgada nos stories do perfil da Nutrivida nas redes sociais, com a intenção de levantar os assuntos que despertam curiosidade do público. Por fim, realizou-se uma avaliação com levantamento de dados das postagens que tiverem mais e menos curtidas, comentários, compartilhamentos e outros, com a finalidade de estimar percentualmente os assuntos de maior e menor relevância para os participantes. O projeto realizado contou com a elaboração de 7 publicações sobre diferentes ramos da Nutrição, para o Instagram de uma clínica na cidade de Bagé/RS. No total, as 7 publicações receberam 236 curtidas e 14 comentários, sendo assim, a média foi definida em 33,71 curtidas e 2 comentários por publicação. Esta pesquisa demonstrou a importância do marketing nutricional.

**Palavras-chave:** Nutrição; Marketing Alimentar; Avaliação; Consumo.

### INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas, houve uma grande evolução tecnológica entre os meios de comunicação. Dentre esse crescimento está a popularização da telefonia móvel e da internet, a partir destes, os diversos meios sociais, que vêm mudando o cotidiano e a qualidade de vida humana. Junto a esse crescimento, o padrão alimentar mundial modificou-se bastante e isto vem ocorrendo devido

à oportunidade de marketing digital que toda essa tecnologia consegue oferecer às indústrias alimentares (RODRIGUES, 2010).

O marketing alimentar influencia o consumo alimentar das crianças desde a cor até aos personagens relacionados a um alimento, o que pode gerar grandes prejuízos para a saúde infantil (LACERDA, et.al 2018). Já os adolescentes e adultos, são persuadidos pelo marketing digital proporcionado por pessoas influenciadoras (conhecidas como digitais influencers) (WINGERT e CASTRO, 2018).

Por estas razões, e sabendo que a existência de doenças crônicas, mal humor, falta de disposição, enxaqueca, sobrepeso... são sintomas tão comuns no cotidiano atual, que as pessoas não têm consciência que estão doentes devido à má alimentação. É muito importante a presença de Nutricionistas dentro do marketing digital a fim de promover hábitos mais saudáveis na alimentação da população (ROCHA, 2011).

Com a consciência que o marketing é um dos maiores fatores responsáveis pela obesidade no mundo moderno, com o auxílio de profissionais e sabendo usufruir dos gatilhos que a Internet nos proporciona, somos capazes de virar a chave e ofertar conhecimento quanto a alimentação saudável para a população (WINGERT e CASTRO, 2018).

Com base no exposto, a pesquisa teve como objetivo elaborar conteúdos científicos sobre alimentação e estilo de vida saudável para as redes sociais de uma clínica na cidade de Bagé/RS, com o intuito de promover o marketing nutricional e a promoção da saúde.

## **METODOLOGIA**

O tipo de estudo foi transversal quantitativo descritivo, o local da pesquisa foi a clínica Nutrivida, situada à Rua Sílvio da Silva Tavares, nº 601, Getúlio Vargas, Bagé/RS. O público-alvo foram os seguidores da clínica no Instagram e os demais usuários dessa mídia social. O projeto teve a intenção de promover o

marketing nutricional para ajudar na inovação de métodos de Educação Alimentar e Nutricional.

O desenvolvimento da pesquisa foi através de coleta de dados, criando uma enquete com a seguinte pergunta: “E aí, o que gostaria de saber sobre Nutrição?”, que foi divulgada nos stories do perfil da Clínica nas redes sociais, com o objetivo de levantar os assuntos que despertavam curiosidade do público. Os temas sugeridos foram: “Grau de Processamento dos Alimentos”, “Índice e Carga Glicêmica”, “Comportamento Fit”, “Alimentos Funcionais”, “Diabetes Mellitus”, “Esteatose Hepática” e “Programação Metabólica”. Os demais tópicos foram sobre Nutrição Clínica, Funcional e Esportiva, na tentativa de agregar valor à empresa e seus produtos, enaltecendo o principal preceito da profissão do Nutricionista: a promoção da saúde.

Foram produzidos folhetos digitais e outros materiais que, de forma atrativa para as pessoas em geral, contaram com instruções sobre as questões propostas, dicas de como melhorar a conduta diária, respostas para dúvidas e outras orientações que valorizavam os diferentes ramos da Nutrição, agregando maior valor ao trabalho prestado e, conseqüentemente, procurando atrair mais seguidores e pacientes para a clínica.

A elaboração dos conteúdos científicos foi realizada por estudantes da área de Nutrição e supervisionada por Nutricionistas da Nutrivida, com finalidade de aumentar a credibilidade da informação perante a opinião pública. Os conteúdos foram publicados semanalmente, para estabelecer um vínculo de compromisso com os clientes.

Por fim, realizou-se uma avaliação com levantamento de dados das postagens que tiverem mais e menos curtidas, comentários, compartilhamentos e outros, com o intuito de estimar percentualmente os assuntos de maior e menor relevância para os participantes. A tabulação e análise dos resultados obtidos foram feitas por meio de tabelas e gráficos, de forma que se obteve dados estatísticos, com o propósito de incentivar que estudos posteriores sejam

realizados, possibilitando o fornecimento de mais esclarecimentos sobre os temas de maior repercussão.

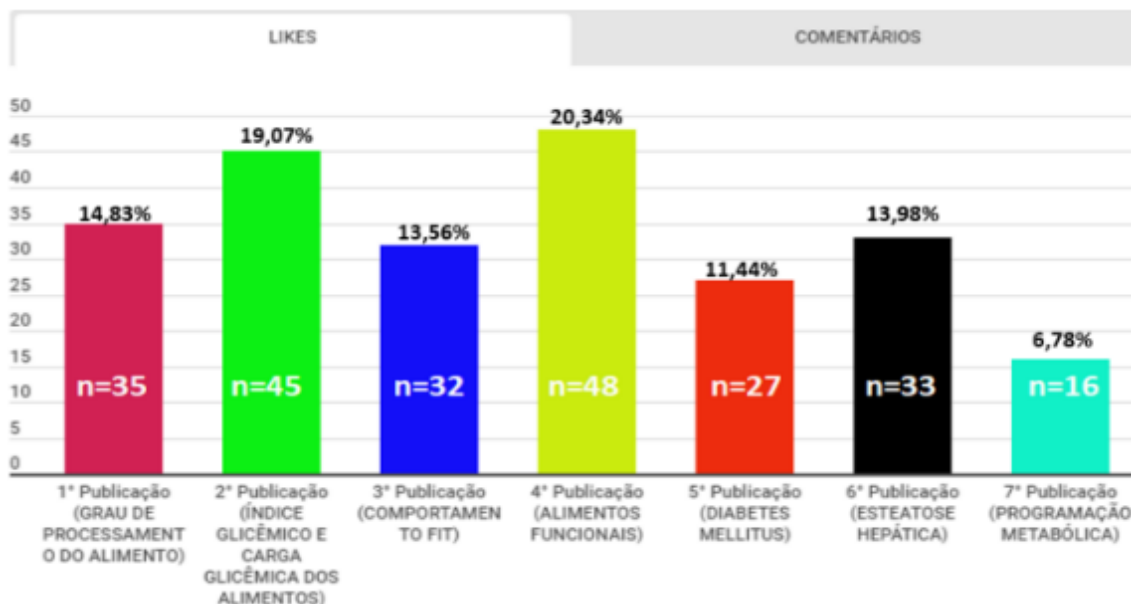
## RESULTADOS E DISCUSSÃO

O projeto realizado contou com a elaboração de sete publicações sobre diferentes ramos da Nutrição, para o Instagram de uma clínica na cidade de Bagé/RS. Sobre os temas das publicações, as datas de postagens e as quantidades de curtidas (likes) e comentários, a Figura 1, representada logo abaixo, demonstra os resultados obtidos.

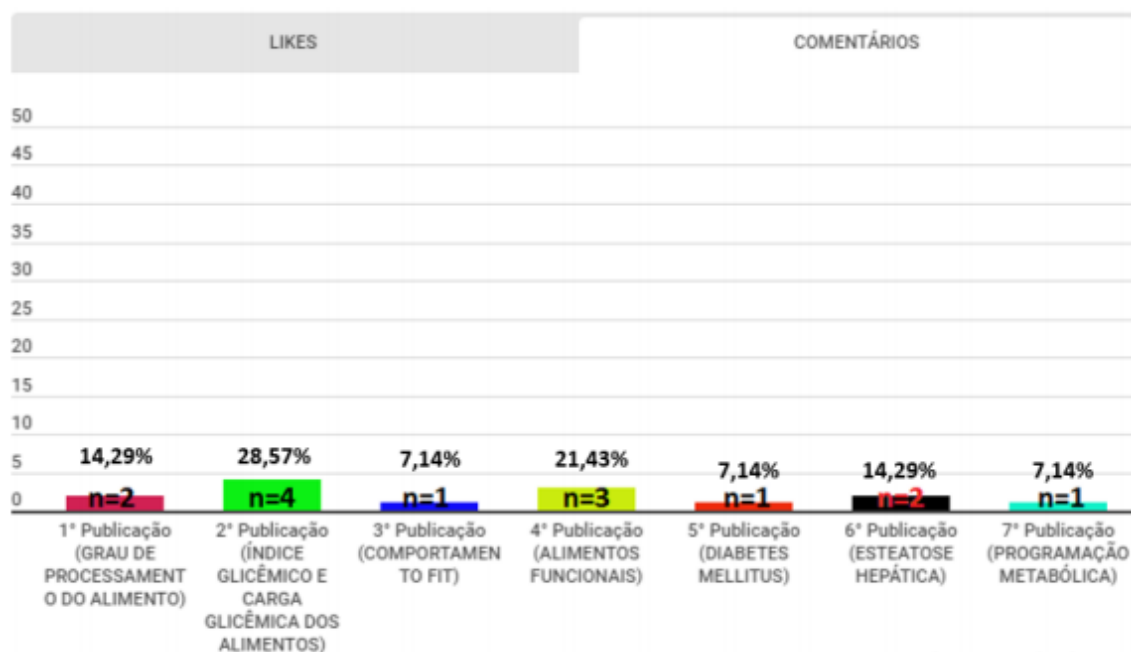
PUBLICAÇÕES	TEMA	NÚMERO DE LIKES	NÚMERO DE COMENTÁRIOS	DATA DA PUBLICAÇÃO
1ª Publicação	GRAU DE PROCESSAMENTO DOS ALIMENTOS	35	2	24 DE SETEMBRO DE 2020
2ª Publicação	ÍNDICE GLICÊMICO E CARGA GLICÊMICA DOS ALIMENTOS	45	4	30 DE SETEMBRO DE 2020
3ª Publicação	COMO POSSUIR UM COMPORTAMENTO FIT	32	1	7 DE OUTUBRO DE 2020
4ª Publicação	ALIMENTOS FUNCIONAIS	48	3	15 DE OUTUBRO DE 2020
5ª Publicação	DIABETES MELLITUS	27	1	12 DE NOVEMBRO DE 2020
6ª Publicação	ESTEATOSE HEPÁTICA (GORDURA NO FÍGADO)	33	2	19 DE NOVEMBRO DE 2020
7ª Publicação	PROGRAMAÇÃO METABÓLICA	16	1	23 DE NOVEMBRO DE 2020
<b>TOTAL</b>		<b>236</b>	<b>14</b>	

**Figura 1:** Resultados sobre o número de likes e comentários obtidos em cada publicação do Instagram de uma clínica na cidade de Bagé/RS, juntamente com sua data de postagem.

Sobre os percentuais obtidos a partir do número total de curtidas e comentários das publicações do Instagram da clínica, as Figuras 2 e 3, representadas abaixo, demonstram os valores obtidos.



**Figura 2:** Porcentagens do número de likes de cada publicação do Instagram de uma clínica na cidade de Bagé/RS.



**Figura 3:** Porcentagens do número de comentários de cada publicação do Instagram de uma clínica na cidade de Bagé/RS.

Observa-se que a publicação que teve mais relevância entre os seguidores da clínica, foi sobre “Alimentos Funcionais”, ela recebeu o maior

número de curtidas (n=48) (20,34%), por outro lado, a publicação que obteve menos relevância, foi sobre o tema “Programação Metabólica”, ela recebeu o menor número de curtidas (n=16) (6,78%). Em relação ao número de comentários, a publicação que mais recebeu foi sobre “Índice e Carga Glicêmica dos Alimentos” (n=4) (28,57%). No total, as 7 publicações receberam 236 curtidas e 14 comentários, sendo assim, a média foi definida em 33,71 curtidas e 2 comentários por publicação.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O projeto foi importante, pois possibilitou o aprendizado do grupo e apresentou bons resultados quanto a interação com o público-alvo, assim conclui-se que as dúvidas em relação a Nutrição são grandes, sendo observado que os assuntos “da moda” obtiveram mais curtidas, além disso pode-se perceber que a população procura cada vez mais seguir hábitos de vida saudáveis, a fim de prevenir e/ou tratar doenças, mas nem sempre possuem o conhecimento necessário para isso. Por fim, vale ressaltar o papel do Nutricionista e demais profissionais da área da saúde nas redes sociais, visto que, eles têm condição de fornecer informações com embasamento científico de fontes confiáveis, e dessa maneira promover a saúde.

## REFERÊNCIAS

LACERDA, et. al. **A influência do marketing digital nas escolhas/hábitos alimentares de crianças.** 2018.

ROCHA, N. **A influência do marketing nutricional na escolha de uma alimentação mais saudável.** 2011.

RODRIGUES, R. **Marketing: uma abordagem nutricional.** 2010.

WINGERT K, CASTRO L. **Marketing para nutrição: conceitos e ferramentas aliados à prática da nutrição.** 2018.