

## **EXT065 - AVALIAÇÃO DO NÍVEL DE CONHECIMENTO DE ADULTOS SOBRE OS ALIMENTOS DIET E LIGHT PARA FORMULAÇÃO DE AÇÃO EDUCATIVA EM MÍDIAS SOCIAIS.**

**TULIO GONÇALVES GOMES**<sup>1</sup>; **IRLAND BARRONCAS GONZAGA MARTENS**<sup>2</sup>; **VANESSA VIEIRA LOURENÇO COSTA**<sup>3</sup>; **IANE RAQUEL DE SOUZA BARATA**<sup>1</sup>; **ROSIANE ANGELIM DA SILVA**<sup>1</sup>

tulio-gomes@hotmail.com

<sup>1</sup>Graduação, <sup>2</sup>Doutorado, <sup>3</sup>Mestrado

<sup>1,2,4,5</sup>Universidade Federal do Pará (UFPA), <sup>3</sup>Universidade Federal do Pará (UFPA)

**Introdução:** Segundo dados da Organização Mundial da Saúde, doenças crônicas não transmissíveis são uma das maiores causas de morte no mundo inteiro (WHO, 2014). No Brasil, esse grupo de desordens que envolvem diabetes, hipertensão, obesidade, câncer e outras, já é o motivo de 73% dos óbitos de acordo com o Ministério da Saúde (Ministério da Saúde, 2011). Dentre os indivíduos que vivem com essas patologias, é comum o uso de alimentos com composição diferenciada, como os diet e light, bem como por pessoas em dieta hipocalórica ou restrição de certos nutrientes, porém não é claro se os utilizadores desses alimentos, assim como a comunidade em geral, conhecem as diferenças entre os alimentos citados e os alimentos tradicionais. Embora ainda não se tenham muitos estudos que mensurem essa prática, é evidente que uma das formas de reverter esse quadro de desinformação quanto aos alimentos, é a utilização de mídias sociais e “web estratégias” como mostrado por Caetano e Falkembach, que demonstram que a internet e os meios tecnológicos tem um forte poder de promover educação na sociedade. **Objetivos:** Objetivos: O presente trabalho objetiva investigar o conhecimento de um grupo de adultos alvo de ação educativa, sobre o conceito de alimentos designados da da categoria diet e ligh, analisar o nível de compreensão para dos estudados para que baseado nas respostas, orientar estratégias de educação nutricional por meio do projeto Educação Alimentar e Nutricional em Mídias Sociais (EANMAIS-UFPA) que possui páginas nas principais redes sociais. **Métodos:** Métodos: O estudo questionou adultos que participaram de uma ação educativa do projeto EANMAIS (Educação Alimentar e Nutricional em Mídias Sociais) em parceria com os projetos da Faculdade de Nutrição intitulados: “ Avaliação do perfil nutricional e orientação dietética em diferentes estágios de vida voltado a projetos sociais - Nutrição em Ação” , aprovado pelo Comitê de Ética e Pesquisa do Instituto de Ciências da Saúde da Universidade Federal do Pará cujo parecer N°.161/10 CEP-ICS/UFPA e o projeto “ Você sabe o que você come?” , a ação foi promovida pela Secretaria Municipal de Saúde da Prefeitura de Belém, realizada na Praça Dom Alberto Ramos no bairro de Marambaia, Belém no dia 25 de outubro de 2015. Durante a ação, os participantes foram questionados sobre o conhecimento a respeito de conceitos e diferenças dos alimentos classificados como diet e light **Resultados e Discussão:** Resultados e discussão: Dos 30 adultos entrevistados, 84% não sabiam a diferença entre diet e light e 16% sabiam responder. Logo após a postagem da publicação, foi possível analisar que esta teve uma repercussão levemente maior do que as outras, demonstrando o interesse das pessoas pelo assunto. Embora esses alimentos não sejam avaliados de formas correta pelos consumidores, NUNES e GALLON analisaram que a população em que eles estudaram em seus trabalhos, consome mais produtos light (40,7%) do que diet (24,7%). Na mesma pesquisa que foi realizada na cidade de Caxias do Sul (Estado do Rio Grande do Sul - RS), ainda foi possível analisar que do total geral, 38,7% dos

pesquisados responderam corretamente ao conceito light, porém quanto ao conceito de diet, 56% responderam de forma errada. Mesmo que os estudos dos referidos autores não tenham encontrado resultados tão negativos, os números ainda apontam para um nível de conhecimento muito baixo sobre os conceitos citados principalmente quando relacionado com a quantidade consumida. Com relação à postagem, pode-se afirmar que a mesma teve um desempenho bem melhor, quando comparado às demais produções postadas em outros dias e no mesmo. Após a análise prévia dos resultados obtidos (por nós) através dos questionamentos, foi realizada uma publicação explicando os conceitos e disponibilizando um canal para que os alcançados sanassem possíveis dúvidas a respeito. Esta publicação ficou disponível em modo público, nas redes sociais Facebook e Instagram, onde o citado projeto movimentou perfil com quase 900 seguidores no total, os participantes que possuíam algum perfil em rede social, foram agregados à publicação através de marcações, para que tivessem acesso ao conteúdo, além disso, foi disponibilizado um canal em aplicativo de troca de mensagens rápidas para que os mesmos tirassem suas dúvidas. **Conclusão:** De acordo com os resultados do questionamento sobre os alimentos, concluímos que embora muito se fale sobre os alimentos diet e light (principalmente pela mídia e como forma de agregar valor a produtos alimentares que nem sempre são para uso dietético), ainda existe um grande nível de desinformação e confusão a esse respeito, também podemos analisar que as ações educativas da página do projeto de Educação Nutricional em Mídias Sociais (EANMAIS-UFGA) voltadas para a temática, foram bem aceitas e tiveram alcance relativamente maior, demonstrando o interesse da comunidade sobre esse assunto. Podemos inferir também a necessidade de aplicação de políticas de educação nutricional quanto ao reconhecimento de termos usados no rótulo dos alimentos pela indústria, para que o consumidor possua melhor chance de escolha, além das estratégias já utilizadas, é possível também implementar educação nutricional utilizando-se de meios tecnológicos.

### **Referências Bibliográficas:**

1. WORLD Health Organization: Noncommunicable Diseases (NCD) Country Profiles, 2014.
2. Ministério da Saúde. Secretaria de Vigilância em Saúde. Departamento de Análise de Situação de Saúde. Plano de Ações Estratégicas para o Enfrentamento das Doenças Crônicas Não Transmissíveis (DCNT) no Brasil 2011-2022. Brasília: Ministério da Saúde; 2011
3. NUNES ST; GALLON CW. Conhecimento e consumo dos produtos diet e light e a compreensão dos rótulos alimentares por consumidores de um supermercado do município de Caxias do Sul, RS – Brasil. *Nutrire: rev. Soc. Bras. Alim. Nutr. = J. Brazilian Soc. Food Nutr.*, São Paulo, SP, v. 38, n. 2, p. 156-171, ago. 2013.
4. Caetano SVN; Falkembach GAM. Concepção e desenvolvimento de material educativo digital. *Novas Tecnologias na Educação*, [Porto Alegre], v. 3, n. 1, 15 p., maio 2005.