

NUTRI ONLINE: COMPARTILHANDO A CIÊNCIA DA NUTRIÇÃO E CONECTANDO-SE COM A COMUNIDADE

***NUTRI ONLINE: SHARING THE SCIENCE OF NUTRITION AND CONNECTING WITH
THE COMMUNITY***

***NUTRI ONLINE: COMPARTIENDO LA CIENCIA DE LA NUTRICIÓN Y
CONECTÁNDOSE CON LA COMUNIDAD***

Geovana Letícia de Almeida SILVA

Graduanda em Nutrição
Universidade Federal do Rio Grande do Norte,
Santa Cruz, RN, Brasil
E-mail: geovana567.ga@gmail.com

Neis Bila de ALENCAR

Graduanda em Nutrição
Universidade Federal do Rio Grande do Norte,
Santa Cruz, RN, Brasil
E-mail: neis.bila.706@ufrn.edu.br

Erlainny Fernandes de AZEVEDO

Graduanda em Nutrição
Universidade Federal do Rio Grande do Norte,
Santa Cruz, RN, Brasil
E-mail: erlainnyazevedo@gmail.com

Giovanna Melo de CARVALHO


Mestra em Saúde Coletiva
Universidade Federal do Rio Grande do Norte,
Santa Cruz, RN, Brasil
E-mail: giovannamelo97@yahoo.com.br

Kahula Camara da COSTA

Mestranda em Saúde Coletiva
Universidade Federal do Rio Grande do Norte,
Santa Cruz, RN, Brasil
E-mail: kahula.camara@ufrn.br

Fernanda da Fonseca FREITAS

Doutora em Psicobiologia
Universidade Federal do Rio Grande do Norte,
Santa Cruz, RN, Brasil
E-mail: fernanda.freitas@ufrn.br

 <https://orcid.org/0000-0002-7349-0333>

RESUMO

O projeto de extensão "Nutri Online" foi desenvolvido por nutricionistas da Clínica Escola de Nutrição da Faculdade de Ciências da Saúde do Trairi da Universidade Federal do Rio Grande do Norte e possui a colaboração de estudantes do curso de Nutrição da instituição. A ação possui o objetivo de disseminar informações seguras sobre alimentação nas redes sociais e surgiu como resposta ao aumento no uso da internet e ao risco de

ABSTRACT

The "Nutri Online" outreach project was developed by nutritionists from the Nutrition School Clinic of the Trairi School of Health Sciences at the Federal University of Rio Grande do Norte, in collaboration with students from the institution's Nutrition program. The initiative aims to disseminate reliable information about nutrition on social media and emerged in response to the increase in

RESUMEN

El proyecto de divulgación "Nutri Online" fue desarrollado por nutricionistas de la Clínica Escolar de Nutrición de la Facultad de Ciencias de la Salud Trairi de la Universidad Federal de Rio Grande do Norte, en colaboración con estudiantes del programa de Nutrición de la institución. La iniciativa busca difundir información confiable sobre nutrición en redes sociales y surgió como respuesta al aumento del uso de internet y al riesgo de desinformación causado por la publicación de contenido

desinformação causada pela publicação de conteúdos de baixa qualidade. Os posts, elaborados em linguagem acessível e baseados em literatura científica recente, são revisados pelas nutricionistas da Clínica Escola antes da publicação. A experiência possibilitou aos alunos o aprofundamento e aplicação de conhecimentos, a prática da comunicação online e ofereceu à comunidade uma fonte confiável de informações nutricionais.

Palavras-chave: nutrição; redes sociais; educação em saúde.

internet use and the risk of misinformation caused by the publication of low-quality content. The posts, written in accessible language and based on recent scientific literature, are reviewed by the nutritionists at the School Clinic before publication. The experience enabled students to deepen and apply their knowledge, practice online communication, and provide the community with a reliable source of nutritional information.

Keywords: nutrition; social media; health education.

de baja calidad. Las publicaciones, redactadas en un lenguaje accesible y basadas en literatura científica reciente, son revisadas por los nutricionistas de la Clínica Escolar antes de su publicación. Esta experiencia permitió a los estudiantes profundizar y aplicar sus conocimientos, practicar la comunicación en línea y brindar a la comunidad una fuente confiable de información nutricional.

Palabras clave: nutrición; redes sociales; educación en salud.

1 EM QUE CONSISTE A PRÁTICA RELATADA

No Brasil, a internet é um dos veículos de informação mais utilizados. Com base no último censo, realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2024), viu-se que, em média, 87,2% dos brasileiros faziam o uso da internet, o que corresponde a aproximadamente 185,4 milhões de pessoas. Ainda com base nessa pesquisa, foi possível concluir que as redes sociais são amplamente utilizadas, já que 83,6% dos usuários acessam a internet com esse intuito (IBGE, 2024). Considerando o alto uso do meio digital, vê-se um cenário em que as redes sociais são utilizadas como forma de obter e propagar informações (Nogueira *et al.*, 2024).

O *Instagram* é um exemplo de rede social que possibilita que o indivíduo compartilhe fotos e vídeos do seu dia a dia (Calderoni *et al.*, 2020), sendo possível a interação do público através de curtidas, comentários e compartilhamentos (Nogueira *et al.*, 2024), configurando-a assim como um meio de entretenimento digital. Segundo uma pesquisa realizada por Kamp (2023) e citada por Nogueira e colaboradores (2024), o *Instagram* tem, no Brasil, aproximadamente 119,5 milhões de contas ativas, podendo dessa forma ser considerada como um meio de comunicação muito utilizado pelo público brasileiro.

No cenário atual em que as redes sociais são amplamente utilizadas, é notório que as pessoas optem por utilizar esses meios para obter informações em detrimento das ferramentas formais, como por exemplo jornais e telejornais. Hoje, constantemente, vê-se o meio digital como principal veículo de informação e exercendo forte influência na vida das pessoas, sendo a ocorrência desse fato relacionada com a facilidade proporcionada pelo digital. Apesar da praticidade, um dos principais riscos das redes sociais é que qualquer pessoa pode publicar conteúdos, muitas vezes sem respaldo técnico ou científico. Ou seja, o conhecimento publicado nem sempre é verdadeiro, o que gera por vezes desinformação (Guimarães; Cordeiro, 2024).

Uma revisão sistemática da literatura conduzida por Marques e Dias (2024) analisou o impacto das mídias sociais sobre o comportamento alimentar. O estudo faz referência ao trabalho de Benatto (2018), o qual identificou que o conteúdo das redes sociais exercia modificações no comportamento alimentar de universitárias, bem como influenciava na percepção da autoimagem. Cita-se nesse contexto também o estudo de Lira *et al.* (2017), em que foi visto que o uso das redes sociais estaria relacionado a um maior descontentamento com a imagem corporal de meninas jovens. Ademais, no trabalho de Mader *et al.* (2023) foi notado que a utilização do *Instagram*, *Twitter*, e *Facebook*, estariam associados ao desenvolvimento e/ou manutenção de transtornos alimentares. Conclui-se então que a abordagem de conteúdos acerca de nutrição e alimentação exerce forte impacto sobre a vida das pessoas, sendo dessa forma fundamental produzir *posts* dessa natureza com responsabilidade para buscar fontes de confiança e que tenham embasamento científico.

Ademais, o Conselho Federal de Nutrição (CFN) rege que apenas o nutricionista é capaz de fazer prescrições dietéticas, sendo essa uma atividade privativa desse profissional. (CFN, 2018). Apesar disso, vê-se um crescente número de usuários que possuem uma quantidade expressiva de seguidores e que não têm formação na área de nutrição fazendo

publicações sobre alimentação. Esses indivíduos realizam publicações relacionadas a alimentos que são “proibidos” ou “permitidos”, indicações de suplementos por conflito de interesse e ainda dietas para “perder peso” ou “ganhar músculos”. Tais perfis acabam por vezes ganhando mais destaque do que profissionais que seguem o código de ética e trazem informações realmente consolidadas (Cantera *et al.*, 2024).

Cantera e Colaboradores (2024) realizaram um estudo em que foram avaliadas publicações relacionadas à alimentação e nutrição. Nessa pesquisa, os autores encontraram que a maior parte dos *posts* eram de baixa qualidade e aqueles que possuíam uma maior excelência eram realizados por profissionais da nutrição. Dessa forma, pode-se observar que quando se trata da realização de conteúdos sobre alimentação e nutrição, em redes sociais, com respaldo científico, o nutricionista é o profissional que possui maior capacidade.

Nesse contexto, foi criado o projeto de extensão “*Nutri Online*”, que consiste na elaboração de *posts* sobre temas relacionados à nutrição e alimentação em uma linguagem acessível para a população geral. Os materiais criados têm como base a literatura científica (livros, artigos, teses...), sendo também abordado o próprio conteúdo que os graduandos veem em sala de aula. As publicações são feitas no perfil do *Instagram* da Clínica Escola de Nutrição da UFRN/FACISA, que é aberto para o público geral. Por meio desse projeto, busca-se disseminar conhecimento sobre a temática, oferecendo à comunidade uma fonte segura de conhecimento nas redes sociais.

2 CONTEXTO EM QUE OCORRE A AÇÃO

A Clínica Escola de Nutrição da UFRN/FACISA está situada no município de Santa Cruz-RN. Trata-se de uma cidade no interior do estado do Rio Grande do Norte em que a população em situação de vulnerabilidade social é elevada. Além disso, segundo dados do SISVAN, coletados em 2023, o perfil nutricional dos moradores é marcado por um excesso de peso, com uma prevalência de 67,9% na população adulta, na idosa de 45,3% e na adolescente de 25,8%. Considerando esse contexto, a demanda por serviços nutricionais torna-se elevada, o que gera relevância ao serviço prestado pela clínica escola, visto que o atendimento ocorre de forma gratuita a todo público. Em virtude do uso demasiado das redes sociais e do perfil nutricional da população local, surgiu o projeto “*Nutri Online*”.

Levando em consideração que a rede social da Clínica é aberta e as informações sobre nutrição publicadas podem ser acessadas por qualquer indivíduo, o principal intuito do projeto é divulgar para as pessoas - especialmente de Santa Cruz e regiões próximas -, informações de qualidade a respeito de assuntos relacionados à nutrição, produzindo um conteúdo baseado em evidências científicas e traduzindo esse conhecimento com uma linguagem acessível, respeitando também aspectos regionais e culturais.

Sendo assim, a produção de conteúdo no perfil do *Instagram* da Clínica é uma forma de aumentar o contato e a comunicação entre a universidade e comunidade, incentivando para a adoção de um estilo de vida mais saudável, proporcionando um espaço seguro em que as pessoas, sejam pacientes da Clínica Escola ou não, possam acessar informações seguras sobre alimentação saudável, saúde e cuidados relacionados à Nutrição, dicas de receitas, reflexões sobre hábitos e comportamento alimentares.

3 PARTICIPANTES/INTEGRANTES DA AÇÃO RELATADA

O projeto de extensão, ativo há 4 anos, foi desenvolvido por nutricionistas da Clínica Escola de Nutrição da Faculdade de Ciências da Saúde do Trairi (FACISA) da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN) e possui a colaboração de estudantes do curso de Nutrição da instituição. O projeto de extensão ocorre através da produção de conteúdos que abordam temáticas pertinentes ao contexto de alimentação e nutrição, de maneira responsável, didática e científica, a serem publicados no perfil do *Instagram* da Clínica Escola de Nutrição (no domínio @clinicadenutricao.facisa). As publicações são elaboradas pelos alunos do curso de Nutrição da UFRN/FACISA e pelas nutricionistas servidoras da Clínica, utilizando-se de temas que são dúvidas dos pacientes atendidos na Clínica Escola, assuntos vistos em sala de aula pelos alunos e questões pertinentes à sociedade em relação à nutrição e saúde.

Os conteúdos produzidos para postagem no *Instagram* da Clínica Escola de Nutrição da UFRN/FACISA consistem em posts e outras mídias (Figura 1 e Figura 2) e em relação aos estudantes colaboradores do projeto, é pré-requisito estar cursando a partir do quinto período do curso de Nutrição e ter experiência na utilização de ferramentas de design gráfico como a plataforma *Canva* e em mídias sociais.

4 METODOLOGIA

Os *posts* são produzidos sobre temas variados relacionados à alimentação e nutrição, escolhidos pelos discentes voluntários, a partir da necessidade observada na população, sendo orientados e revisados pelas nutricionistas e professores participantes do projeto.

Figura 1 – Perfil da Clínica Escola de Nutrição na plataforma Instagram



Fonte: os autores (2025).

Figura 2 – Imagens do *feed* presentes no perfil da Clínica Escola de Nutrição na plataforma Instagram



Fonte: os autores (2025).

A produção dos conteúdos é organizada mensalmente, de modo que cada discente e cada nutricionista participante do projeto fique responsável pela elaboração de um *post*, totalizando quatro publicações por mês e uma produção anual de 36 *posts*. Também, há a elaboração de outros tipos de materiais digitais, como: *reels*, *stories* e *ebooks*, a depender de outras atividades desenvolvidas pela Clínica Escola de Nutrição ou datas comemorativas, como o Dia do Nutricionista.

A pesquisa pela literatura científica para elaboração dos posts é feita com o emprego de bases de dados científicas especializadas (SciELO, Pubmed, Lilacs) e *Google Acadêmico*, sendo escolhidos preferencialmente os artigos publicados nos últimos cinco anos. Os *posts* são elaborados na plataforma *Canva*, fazendo-se a tradução do conhecimento científico para uma linguagem acessível, com base na criatividade e comunicação autêntica do autor do *post*, com a identidade visual do *Instagram* da Clínica (cores, fontes, logo), utilizando-se também de recursos visuais para facilitar a compreensão. Após elaboração dos posts pelos discentes,

as nutricionistas fazem ajustes e solicitam correções quando necessário, abrindo um espaço para discussão científica e aprendizado.

5 RESULTADOS ALCANÇADOS

O projeto de extensão “Nutri *Online*” evidenciou o impacto positivo que uma fonte confiável de informações pode ter na melhoria da alimentação da comunidade. Os *posts* puderam ser compartilhados entre as pessoas da comunidade, facilitando ainda mais o acesso e disseminação das informações. Ademais, todos os *posts* ficam disponíveis no perfil da Clínica para consultas posteriores e também para serem usados como ferramenta de educação nutricional dentro dos atendimentos que ocorrem na Clínica Escola. As postagens também são abertas às dúvidas, o que estreita o contato da população com a Clínica Escola de Nutrição da UFRN/FACISA, que outrora eram ouvidos apenas durante as consultas.

O perfil do *Instagram* da Clínica possui 1.337 seguidores e, até o início de julho de 2025, foram produzidos e publicados 332 *posts*.

6 O QUE SE APRENDEU COM A EXPERIÊNCIA

A experiência do projeto de extensão proporcionou significativas aprendizagens, tanto para os estudantes de nutrição que fazem parte da equipe quanto para a comunidade em geral. Em primeiro plano, ficou evidente a importância do uso das redes sociais para produzir e disseminar conteúdos confiáveis sobre alimentação e nutrição. Sob a perspectiva dos estudantes, enquanto futuros profissionais da Nutrição, a internet é um meio de divulgar seu trabalho e contribuir com a educação nutricional do público leigo. Para a comunidade, acadêmica e não acadêmica, é benéfico ter uma rede social confiável para se obter informações sobre educação nutricional e conteúdos educativos que auxiliem na conscientização e promoção da saúde, já que os *posts* são produzidos baseados na literatura científica e consideram fatores sócio-culturais. Diante do cenário atual de ampla conectividade e do alto uso da internet no Brasil, onde 88,0% da população é usuária e considerando que 83,5% dessas pessoas utilizam redes sociais, o projeto de extensão mostra uma resposta adequada à demanda por informações acessíveis e seguras (IBGE, 2024). Outro importante aprendizado para os estudantes participantes do projeto foi o aperfeiçoamento

de uma comunicação clara e objetiva. A linguagem acadêmica por vezes pode ser excludente e a informação, mesmo disponível, pode não chegar ao público se eles não conseguirem compreendê-la. Dessa forma, os estudantes, ao elaborarem postagens, tiveram a oportunidade de praticar a simplificação de conteúdos complexos, tornando-os compreensíveis para o público leigo e aprendendo a comunicar-se de forma mais próxima e adequada ao público que futuramente irão atender, o que também contribui positivamente para o melhor desenvolvimento da comunicação dos estudantes, facilitando a forma como transmitem informações aos pacientes durante as consultas.

O “Nutri *Online*” demonstra que, ao basear as publicações em literatura científica e com a supervisão de profissionais especializados, é possível oferecer um contraponto às desinformações que os usuários são expostos, causando efeito positivo na melhoria do cuidado à saúde da população e fornecendo mais autonomia e senso crítico para o público em relação ao que vêem nas redes.

Por fim, a experiência proporcionou um aprendizado significativo sobre a importância da comunicação eficaz, a colaboração entre profissionais e estudantes, e a função das redes sociais na divulgação de informações de qualidade, destacando a responsabilidade que todos têm em promover acessibilidade ao conhecimento seguro.

7 RELAÇÃO DA PRÁTICA COM OS CONCEITOS DE EXTENSÃO

O projeto de extensão traz consigo uma maneira facilitadora de interseção entre Universidade e comunidade, através da promoção da educação, saúde e tecnologia na Era Digital. O “Nutri *Online*”, ao usar as redes sociais como um canal para divulgar informações seguras sobre nutrição, preencheu uma lacuna significativa na comunicação entre profissionais de saúde e a população. E, além da capacidade de transformar o conhecimento científico em conteúdo acessível e atrativo, a colaboração entre estudantes e profissionais especializados fortalece a formação prática dos alunos, preparando-os para os desafios do mercado de trabalho e para a responsabilidade social que a profissão exige, e fornece qualidade às ações extensionistas.

Assim, pode-se concluir que o “Nutri *Online*” não apenas contribui para a educação e conscientização sobre alimentação saudável da comunidade não acadêmica, mas também serve como um modelo para que haja iniciativas semelhantes em outras áreas do

conhecimento dentro da Universidade. A experiência reforça a importância de se utilizar as ferramentas digitais de forma ética e responsável, promovendo um diálogo construtivo e informativo que beneficia a sociedade como um todo.

REFERÊNCIAS

BRASIL. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Em 2023, 88,0% das pessoas com 10 anos ou mais utilizaram internet. **Agência de Notícias IBGE**, 16 ago. 2024. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/41026-em-2023-87-2-das-pessoas-com-10-anos-ou-mais-utilizaram-internet>. Acesso em: 8 jul. 2025.

BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria de Atenção Primária à Saúde. **Relatório de Estado Nutricional Consolidado: Santa Cruz - RN**. [Brasília, DF]: Ministério da Saúde, 2024. Dados referentes ao ano de 2023. Gerado pelo Sistema de Vigilância Alimentar e Nutricional (SISVAN). Disponível em: <https://sisaps.saude.gov.br/sisvan/relatoriopublico/index>. Acesso em: 10 jul. 2025.

CALDERONI, T. L. *et al.* 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. **RAÍZES E RUMOS**, v. 8, n. 2, p. 314–324, 2020. Disponível em: <https://seer.unirio.br/raizeserumos/article/view/10271>. Acesso em: 25 jun. 2025.

CANTERA, G. N. L. *et al.* QUALIDADE DA INFORMAÇÃO SOBRE ALIMENTAÇÃO E NUTRIÇÃO DISPONÍVEL NO INSTAGRAM. **Interfaces Científicas-Saúde e Ambiente**, v. 9, n. 3, p. 257-271, 2024. Disponível em: <https://doi.org/10.17564/2316-3798.2024v9n3p257-271>. Acesso em 25 jun. 2025.

CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS (CFN). **Código de Ética e de Conduta do Nutricionista**. Brasília, DF: CFN, 2018. Disponível em: <https://www.cfn.org.br/wp-content/uploads/2018/04/codigo-de-etica.pdf>. Acesso em: 25 jun. 2025

GUIMARÃES, T.; CORDEIRO, R. I. O Instagram sob o viés da desinformação: as hashtags e o compartilhamento de informações na área de Nutrição. **Em Questão**, v. 30, p. e-138528, 2024. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/emquestao/a/HLKpyWfqTYgSMtKKCmWM6nf/>. Acesso em 25 jun. 2025.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua - PNAD Contínua: tecnologias da informação e comunicação (TIC) 2022**. Rio de Janeiro: IBGE, 2023. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/38307-161-6-milhoes-de-pessoas-com-10-anos-ou-mais-de-idade-utilizaram-a-internet-no-pais-em-2022>. Acesso em: 25 jun. 2025.

MARQUES, K. C. M.; DIAS, D. de A. M. The impact of digital platforms on dietary patterns: An analysis of the literature. **Research, Society and Development**, [S. l.], v. 13, n. 6, p.

e13513646126, 2024. Disponível em:

<https://rsdjournal.org/index.php/rsd/article/view/46126>. Acesso em: 8 jul. 2025.

NOGUEIRA, P. S. F. et al. Qualidade da informação sobre alimentação e nutrição disponível no Instagram®. **Brazilian Journal of Development**, Curitiba, v. 10, n. 5, p. 28249-28267, 2024. Disponível em:

[https://www.researchgate.net/publication/380904277_QUALIDADE_DA_INFORMACAO_SO BRE_ALIMENTACAO_E_NUTRICAO_DISPONIVEL_NO_INSTAGRAM_R](https://www.researchgate.net/publication/380904277_QUALIDADE_DA_INFORMACAO SOBRE_ALIMENTACAO_E_NUTRICAO_DISPONIVEL_NO_INSTAGRAM_R). Acesso em: 10 jul. 2025.