

POR TRÁS DOS RÓTULOS: DESVENDANDO BEBIDAS

JULIANA VOLZ LUCAS¹; CHAYANE SENA DE MELO²; VALDECIR CARLOS
FERRI³

¹Universidade Federal de Pelotas – julianavolzluccas70@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – chayane-sena@hotmail.com

³Universidade Federal de Pelotas – ferriufpel@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

O mundo das bebidas é um assunto que desperta muito interesse entre os consumidores das mais diversificadas faixas etárias. Temas como elaboração de bebidas, industrialização, rotulagem, história e conhecimento de como harmonizar bebidas com alimentos vem sendo difundidas entre os meios sociais mundial. O despertar da curiosidade traz à tona a importância dos profissionais da área de alimentos estarem presente e atuantes no dia-a-dia da população, sendo para sanar dúvidas ou para ajudar a desmistificar os mitos e consolidar as verdades do universo das bebidas.

A internet possui a eficiência de conciliar a comunicação e a informação com o entretenimento, sendo uma excelente alternativa de conectar culturas opostas. As redes sociais se fazem presentes na vida de milhares de brasileiros, aplicativos como o *Instagram* atingem cerca de 0,54% acessos diários no Brasil (DRUBSCKY, 2015), outros exemplos de ferramentas interativas são o *Twitter*, *TikTok*, *Facebook*, *WhatsApp*, dentre outros. As redes sociais são meios tecnológicos que possibilitam que relacionamentos sociais ocorram virtualmente (MARIN et al., 2021).

Com o surgimento do SARS-CoV-2, também conhecido como coronavírus ou ainda Covid-19, a população mundial teve restrições sociais com as medidas de isolamento em prevenção ao vírus, (MARIN et al., 2021), com isto, aumentou-se o número de pessoas com redes sociais, e também aumentou o número de informações falsas relacionadas ao mundo das bebidas. As diversas mudanças de comportamento social fizeram com que a população ficasse mais presente na internet, entretanto, ganha-se espaço para informações inverídicas, as denominadas *Fake News* (NETO et al., 2020). Consequentemente mostra-se necessário a inclusão de projetos de extensão universitária com o intuito de auxiliar no combate de notícias infundadas.

A extensão nas Instituições de Ensino Superior, buscam promover o desenvolvimento humano e social de alunos, professores, funcionários e comunidade em geral, contribuindo para criar, aperfeiçoar e estabelecer um relacionamento de diálogo permanente e articulado entre a universidade e a sociedade (QUEIROZ NETO; ALVES, 2017).

Visando a exploração do mundo das bebidas, a desmistificação do que há por trás dos rótulos das mesmas e a interação entre a universidade e a comunidade, a fim de transcender o universo acadêmico e fortalecer uma relação dinâmica entre os dois lados, com o presente trabalho objetivou-se difundir e propagar do conhecimento do mundo das bebidas através do projeto de extensão vinculado a Universidade Federal de Pelotas, denominado Por Trás dos Rótulos: Desvendando bebidas.

2. METODOLOGIA

O projeto foi criado durante a pandemia do SARS-CoV-2, mais especificamente no dia 26 de agosto de 2021, por conta disso, a proposta inicial do projeto baseou-se no compartilhamento do conhecimento através da rede social *Instagram*, sem necessidade de encontros pessoais. Esse meio de comunicação, a partir do isolamento social, mostrou-se eficiente no auxílio da visibilidade de conteúdo, permitindo maior compartilhamento sobre a causa abordada na temática geradora do projeto e maior alcance da informação (ARAÚJO, 2015).

As postagens foram elaboradas de forma que se apresentassem interativas, além de informativas. Os textos das postagens são informativos, porém da forma mais enxuta possível para que fosse atrativo, sempre escritos pelas discentes e compartilhado com toda a equipe do projeto, antes de ser publicado em definitivo, sendo publicadas sempre nos dias e horas em que havia um maior número de seguidores online, de acordo com informações do próprio aplicativo. O conteúdo utilizado para as publicações provinha apenas de fontes de informações científicas, evitando *Fake news*.

Para contabilizar o retorno do público, verifica-se as ferramentas de *insights*, como interações, alcance, comentários, curtidas, compartilhamentos e salvamentos por parte dos internautas, bem como a interação através dos *story*. No ano seguinte da criação do projeto (Figura 1), o mesmo foi exposto no estande da UFPel que estava presente na Fenadoce, evento gastronômico que evidencia o valor turístico da cidade de Pelotas/RS.



Figura 1. Logotipo do Por trás dos Rótulos: Desvendando Bebidas

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A página do projeto no *Instagram* conta com 286 seguidores e possui 16 publicações até o momento. A postagem que alcançou um maior número de pessoas, tendo mais curtidas e salvamentos, foi a que explicava sobre vinho na lata (Tabela 1). As três postagens com melhor alcance no *Feed*, conforme demonstra a Figura 2.

Tabela 1. Vinho na lata: Publicação com maior alcance, curtidas e salvamentos.

Alcance	Curtidas	Salvos	Interações
377 internautas	38	6	67



Figura 2. Três postagens com melhor alcance do *Feed* no *Instagram*

Comparando o número de seguidores que a página tem com o número de contas alcançadas na publicação citada acima, pode-se afirmar que a postagem alcançou um público que ainda não seguia a página, ponto muito positivo, pois a ideia do projeto é compartilhar o conhecimento com o maior número de pessoas possível. Estima-se que só no Brasil o *Instagram* possui em torno de 95 milhões de usuários ativos, demonstrando o altíssimo alcance dos pesquisadores por meio dessas redes sociais (SILVA et al., 2020).

A publicação sobre chimarrão, por sua vez, foi a que obteve um maior número de comentários e compartilhamentos (Tabela 2).

Tabela 2. Chimarrão: Publicação com maior número de comentários e compartilhamentos.

Comentários	Compartilhamentos
12	20

O número de compartilhamentos que a postagem obteve é considerável, visto que, era uma página recente e que não abordava em suas publicações vídeos engraçados e “memes”, os quais geralmente viralizam. Mesmo assim, as publicações eram despojadas e interativas, contendo muita informação, o que pode explicar a vontade dos usuários de querer compartilhar com outras pessoas. Se o público-alvo tem as redes sociais como passatempo, levar conteúdo didáticos para esses ambientes torna-se interessante, principalmente, quando os temas forem dispostos na forma de posts atrativos e bem estruturados (SANTOS et al., 2022).

Em relação aos *storys*, o que abordava o assunto sobre saquê obteve um maior número de internautas que visitaram o perfil do projeto.

Tabela 3. Saquê: *Story* com maior número de visitas ao perfil.

Visitas ao perfil	7
-------------------	---

4. CONCLUSÕES

Durante o período decorrido do projeto, o qual continua ativo, averiguou-se que o projeto de extensão é um ótimo elo entre a comunidade e a universidade, pois permite a fixação dos conteúdos por parte dos discentes e a recepção de novas informações por parte da comunidade, além disso, por se tratar de um projeto virtual, foi possível alcançar um maior número de pessoas, as quais talvez não participassem se não fosse de forma virtual, assim sendo, o projeto Por trás dos rótulos: Desvendando bebidas, alcançando o seu objetivo de levar as informações sobre bebidas até a comunidade.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CAVADA, G. S.; PAIVA, F. F.; HELBIG, E.; BORGES, L. R. Rotulagem nutricional: você sabe o que está comendo?. **Braz. J. Food Technology**, Brasil, v.1, n.1, p. 84-88, 2012.

DRUBSCKY, Luiza. **Quais são as redes sociais mais usadas no Brasil. Marketing De Conteúdo**. Junho, 2015. Disponível em: [:http://marketingdeconteudo.com/redes-sociais-mais-usadas-no-brasil/](http://marketingdeconteudo.com/redes-sociais-mais-usadas-no-brasil/). Acesso em 13 de agosto de 2022.

MACHADO, C. B.; NOGUEIRA, S. E.; BRIANCINI, T. P.; TOBAL, T. M. Avaliação do hábito de leitura e entendimento dos rótulos dos alimentos: um estudo em um supermercado na cidade de Santa Fé do Sul – São Paulo. **Revista Funec Científica – Nutrição**. Santa Fé do Sul (SP), v.1, n.1, p.1-11, 2013.

MARIN, Camila Burigo; PIRAN ZANATTA, Tainara Angela; TATI, Ursula Lima; PICOLOTTO, Rafaela. Extensão nas redes sociais: teria a pandemia mudado os hábitos da comunidade? **Extensão em Foco**, [S.l.], v. 23, n. 23, p. 50–69, 2021. DOI:10.5380/ef.v0i23.76490. Disponível em: <https://revistas.ufpr.br/extensao/article/view/76490>. Acesso em 13 de agosto de 2022.

NETO, M.; GOMES T.O.; PORTO, F.R.; RAFAEL, R.M.R.; FONSECA, M.H.S.; NASCIMENTO, J. **Fake news no cenário da pandemia de Covid-19**. Cogitare enfermagem, Rio de Janeiro, 20 de abr. 2020. Especiais. Acessado em 16 jul. 2022. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.5380/ce.v25i0.72627>

QUEIROZ NETO, J.B.; ALVES, L.S.F. Relato de Experiência: Projeto de Extensão em Parasitologia com escolares, professores e manipuladores de alimento como influenciador na formação acadêmica dos egressos de um curso de graduação em Enfermagem no semiárido brasileiro. **CONGRESSO INTERNACIONAL DA DIVERSIDADE DO SEMIÁRIDO**, 2., Rio Grande do Norte, 2017. **Anais...** Rio grande do Norte: Universidade do Estado do Rio Grande do Norte, 2017. v.1. p.6.

SANTOS, A.J.R.W.A.; SOUZA, E.V.; MOREIRA, L.L.; MOTA, J.V.M. As redes sociais aliadas à extensão universitária e sua contribuição na qualificação educacional. **Expressa Extensão**, Pelotas, v.27, n.1, p.47-62, 20022.

SILVA, L.M.C.; PEIXÔTO, V.E.V.T.; PADELA, N.F.; MARTELLETO, G.K.S.; DAL-LANORA, S.; HAGEN, M.E.K. **Brazilian Journal of Development**, Curitiba, v.7, n.3, p. 24890-24906, 2021