

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
FACULDADE DE MEDICINA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM NUTRIÇÃO

ISADORA GUIMARÃES VALENTIM

**A IMPORTÂNCIA DAS TECNOLOGIAS DIGITAIS DE INFORMAÇÃO E
COMUNICAÇÃO EM CAMPANHAS DE CONSCIENTIZAÇÃO PARA A REDUÇÃO
DO DESPERDÍCIO DE ALIMENTOS NO RESTAURANTE UNIVERSITÁRIO DA UFU**

UBERLÂNDIA - MG

2019

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
FACULDADE DE MEDICINA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM NUTRIÇÃO

ISADORA GUIMARÃES VALENTIM

**A IMPORTÂNCIA DAS TECNOLOGIAS DIGITAIS DE INFORMAÇÃO E
COMUNICAÇÃO EM CAMPANHAS DE CONSCIENTIZAÇÃO PARA A REDUÇÃO
DO DESPERDÍCIO DE ALIMENTOS NO RESTAURANTE UNIVERSITÁRIO DA UFU**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao
Curso de Graduação em Nutrição da Universidade
Federal de Uberlândia.

Orientadora: Profa. Dra. Luciana Saraiva da Silva

UBERLÂNDIA - MG

2019

RESUMO

O objetivo do estudo foi verificar a importância da utilização das Tecnologias Digitais de Informação e Comunicação (TDICs) em campanhas de conscientização para a redução do desperdício de alimentos no Restaurante Universitário (RU) da Universidade Federal de Uberlândia (UFU). Inicialmente foi criada uma campanha na rede social Instagram© para serem publicadas fotos que mostravam o antes e depois dos pratos “raspados” e sem restos alimentares dos participantes que frequentaram o RU, buscando conscientizar e incentivar outras pessoas a aderirem ao projeto. Posteriormente, foi aplicado um questionário sobre a percepção dos participantes sobre o tema e a ação desenvolvida. Participaram do estudo 136 estudantes, sendo que a maioria era do sexo feminino. Quanto às TDICs foi observado que o celular/smartphone era o mais utilizado pelos integrantes da pesquisa, em seguida aparece o computador e com menor prevalência de uso a TV. Os resultados apontaram que 100% dos participantes consideraram que as campanhas de conscientização para redução do desperdício eram importantes e 99,26% acreditavam que as redes sociais poderiam ser ferramentas eficazes de criação e divulgação das campanhas de conscientização para diminuição do descarte de alimentos. Além disso, foi notada uma tendência dos participantes a se tornarem influenciáveis por campanhas online deste cunho e um crescente interesse sobre esse assunto no meio universitário. Conclui-se que as TDICs podem ser intervenções eficazes para conscientizar os usuários sobre o desperdício de alimentos, reforçando a relevância do assunto em uma Unidade de Alimentação e Nutrição.

Palavras-chaves: Desperdício de Alimentos. Tecnologias Digitais de Informação e Comunicação. Unidade de Alimentação e Nutrição.

ABSTRACT

This paper aims to verify the importance of using Digital Information and Communication Technologies (DICTs) in awareness campaigns concerning the reduction of food waste at the University Restaurant from the Federal University of Uberlândia. At first, it was created an online campaign called “Raspei o Prato” at the social media Instagram®, in which the participants who frequented the University Restaurant had to share photos of the their dishes before the meal and after it without leftovers, in order to raise awareness and encourage more people to engage the campaign. Then, it was applied a questionnaire about the perceptions that the participants had about the developed action. A total of 136 students participated in the study, being the majority females. About the DICTs, it was noted that the smartphones were the most used by the participants, then appears the computers and the less used, the television. The results indicates that a 100% of the participants considers that awareness campaigns to the reduction of food waste are important, and 99,26% believes that social media can be an effective tool for creating and disseminating this kind of campaign. Also, it was noted that the participants have a tendency to be influenced by online campaigns and a growing interest about the theme in the academic context. In conclusion, DICTs can be considered effective interventions concerning the food waste which reinforces the importance of the issue in a Food and Nutrition Unit.

Keywords: Food Waste. Digital Information and Communication Technologies. Food and Nutrition Unit.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	6
2	METODOLOGIA.....	8
3	RESULTADOS.....	9
4	DISCUSSÃO.....	14
5	CONCLUSÃO.....	17
	REFERÊNCIAS.....	18
	APÊNDICE A.....	21
	APÊNDICE B.....	25
	ANEXO A.....	26

1 INTRODUÇÃO

O uso das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) como ferramenta de disseminação de conteúdo tem interferido cada vez mais na vida das pessoas. Como o termo TIC abrange, por exemplo, a televisão, o rádio, o jornal, que são tecnologias mais antigas, surge um novo termo, denominado Tecnologias Digitais de Informação e Comunicação (TDICs), que se refere às novas tecnologias digitais como celular, smartphone, computador, tablet e qualquer outro aparelho que permita a navegação na internet (BARANAUSKAS; VALENTE, 2013).

Segundo Braga (2011), as TDICs e, principalmente a Internet, abrem canais de interação e comunicação entre os indivíduos. Com isso, as redes sociais atingem um número maior de pessoas e podem promover compartilhamento de ideias, hábitos, e motivação em várias áreas da vida social.

No que se refere ao desperdício de alimentos, as TDICs podem atuar como instrumentos de sensibilização e de intervenção no combate ao desperdício através de campanhas e ações em prol dessa causa. A iniciativa #SemDesperdicios lançada em 2016 pela Embrapa, pelo WWF-Brasil e pela Organização das Nações Unidas para Alimentação e Agricultura (FAO), mostra como a internet pode ser usada para conscientizar os consumidores brasileiros sobre o desperdício de alimentos e gerar um impacto positivo na mudança de hábitos de consumo alimentar (VERÍSSIMO, 2017).

A campanha online publica posts com dados e informações relevantes sobre o tema, compartilha dicas de como reduzir o desperdício em casa e utiliza vídeos e gráficos que auxiliam no entendimento e na sensibilização para a redução do desperdício (ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA ALIMENTAÇÃO E AGRICULTURA, 2017). Segundo o relatório da Embrapa 2016/2017, a aplicação dos recursos da internet como ferramenta no combate do desperdício de alimentos apresentou avanços. Os dados indicam mais de 900 mil pessoas envolvidas de Outubro a Novembro, e uma média diária de alcance durante a campanha de 33 mil pessoas (EMBRAPA, 2017).

Quando se fala em desperdício, é relevante destacar que cerca de 30% de todo o alimento produzido no mundo se perde em alguma das etapas de produção. Só no Brasil, 26 milhões de

toneladas de alimentos são desperdiçados por ano (BRASIL, 2016). Esses dados justificam as diversas estratégias que foram criadas no Brasil para minimizar as Perdas e Desperdício de Alimentos (PDA), como a Política Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional (PNSAN), a criação da Câmara Interministerial de Segurança Alimentar e Nutricional (Caisan), a Rede Brasileira de Bancos de Alimentos, e diversas outras iniciativas, de empresas, associações, organizações não governamentais (ONGs) e outras entidades empenhados em encontrar soluções criativas para combater a fome e o desperdício de alimentos (HENZ; PORPINO, 2017).

Dentro de uma Unidade de Alimentação e Nutrição (UAN), o desperdício pode estar envolvido com falta de qualidade e deve ser evitado por meio de um planejamento adequado, a fim de que não haja excessos de produção e nem de sobras (ABREU; SPINELLI; PINTO, 2019). O planejamento correto dos cardápios, as avaliações diárias das sobras e do resto ingesta, são importantes medidas de controle utilizadas na gestão de uma UAN, além disso, é de suma necessidade criar mecanismos para conscientização coletiva dos usuários a respeito do assunto (TEIXEIRA et al., 2000).

Considerando a demanda urgente para se evitar o desperdício e tendo as UANs como um dos locais de intervenção, o presente estudo teve como objetivo analisar a importância da utilização das TDICs em campanhas de conscientização para a redução do desperdício de alimentos no Restaurante Universitário da Universidade Federal de Uberlândia (UFU).

2 METODOLOGIA

Tratou-se de um estudo transversal, realizado com estudantes de diferentes cursos da UFU, no período de 21 de maio a 28 de novembro de 2019.

Em prol da redução de desperdício de alimentos dentro do Restaurante Universitário (RU), foi criado um perfil na rede social Instagram© para serem publicadas fotos que mostravam o antes e depois dos pratos “raspados” e sem restos alimentares, dos participantes que frequentaram o RU. O perfil buscou a reflexão sobre a importância para a conscientização e redução do desperdício de alimentos dentro do restaurante, bem como ampliar a quantidade de indivíduos adeptos da causa. A campanha online teve duração de 25 dias e sua divulgação aconteceu dentro dos RUs da UFU (Campi Santa Mônica e Umuarama), que juntos oferecem cerca de 5.600 refeições por dia.

Para avaliar a percepção dos estudantes sobre a realização da campanha, foi elaborado um questionário online com 18 perguntas referentes a informações pessoais (idade, sexo, vínculo e área de atuação dentro da UFU), questões sobre a utilização das tecnologias digitais, nível de acesso a internet, nível de conhecimento e preocupação com o desperdício de alimentos e opinião sobre a implantação de campanhas de sustentabilidade em restaurantes. Para a construção do questionário, utilizou-se a ferramenta de formulários eletrônicos Google Forms, que foi disponibilizado para todos os alunos da UFU através de um link vinculado ao perfil na rede social Instagram©: @projetoraspeioprato. A divulgação do link do formulário também aconteceu via e-mail, pela rede social Facebook© e pelo aplicativo de mensagens Whatsapp©.

Segundo Pereira (2009), o questionário online é um recurso eficiente, pois as respostas são gravadas e visualizadas em forma de gráficos, facilitando a interpretação do pesquisador. Para análise descritiva das variáveis qualitativas foram apresentadas tabelas de frequência absoluta e relativa e os dados foram apresentados por sexo.

De acordo com a resolução nº 466/2012 do Conselho Nacional de Saúde, que regulamenta as pesquisas envolvendo seres humanos, foi solicitado consentimento livre e esclarecido dos indivíduos para participarem do estudo, garantindo-se a confidencialidade das informações e o anonimato dos mesmos (BRASIL, 2013).

3 RESULTADOS

Participaram do estudo 136 estudantes, sendo que a maioria foi do sexo feminino (70,59%). A Tabela 1 apresenta a caracterização da população estudada, que mostra que a faixa etária predominante se encontra entre 18 e 24 anos.

As áreas de atuação dos participantes consistiram em Ciências Agrárias, Ciências Biológicas, Ciências Exatas e da Terra, Ciências Econômicas, Ciências Humanas, Ciências da Saúde, Ciências Sociais Aplicada, Engenharias, Linguística, Letras e Artes, tendo maior predomínio de participantes da área da Ciências da Saúde (46,32%). Entre os participantes, apenas três responderam não serem usuários do RU.

Quanto às TDIC'S foi observado que o celular/smartphone é o mais utilizado pelos integrantes da pesquisa (97,06%), em seguida aparece o computador (66,91%), e com menor prevalência de uso a TV (16,18%).

As principais finalidades do acesso à internet foram listadas como pesquisas diversas (91,18%), acesso às redes sociais (89,71%), e logo após pelas pesquisas escolares (82,35%). A frequência do acesso à internet indica que 91,91% dos participantes acessam todos os dias, e 8,09% pelo menos de 3 a 6 vezes por semana.

Dentre as redes sociais mais acessadas, o Whatsapp© foi considerado como o mais acessado pelos participantes (97,06%), em seguida com 85,29% aparece o Instagram©, e o Facebook© ficou em terceira colocação com 51,47%. Em relação ao tempo gasto nas redes sociais o Whatsapp© e o Instagram© foram os que demandam maior tempo de uso durante o dia, sendo 44,85% e 38,97% respectivamente.

Foi avaliado se os participantes tinham conhecimento acerca do Projeto Raspei o Prato, e o resultado indicou que 52,94% dos participantes acompanharam o perfil na internet.

Tabela 1 - Caracterização dos estudantes participantes do estudo, 2019

(continua)

Idade	Sexo masculino N (%)	Sexo feminino N (%)	Total N (%)
Menor que 18 anos	0 (0)	1 (1,04)	1 (0,74)
18 a 20 anos	20 (50,0)	36 (37,5)	56 (41,18)
21 a 24 anos	15 (37,5)	50 (52,08)	65 (47,79)
25 a 30 anos	4 (10,0)	8 (8,33)	14 (8,82)
Maior que 30 anos	1 (2,5)	1 (1,04)	2 (1,47)
Área de atuação*			
Ciências Agrárias	3 (7,5)	3 (3,13)	6 (4,41)
Ciências Biológicas	5 (12,5)	14 (14,58)	19 (13,97)
Ciências Exatas e da Terra	3 (7,5)	5 (5,21)	8 (5,88)
Ciências Econômicas	0 (0)	1 (1,04)	1 (0,74)
Ciências Humanas	2 (5,0)	8 (8,33)	10 (7,35)
Ciências da Saúde	14 (35,0)	49 (51,04)	63 (46,32)
Ciências Sociais Aplicadas	1 (2,5)	8 (8,33)	9 (6,62)
Engenharias	11 (27,50)	6 (6,25)	17 (12,50)
Linguística, Letras e Artes	1 (2,5)	2 (2,08)	3 (2,21)
Frequenta o RU			
Frequenta	33 (82,5)	79 (82,29)	112 (82,35)
Não frequenta	2 (5,0)	1 (1,04)	3 (2,21)
Raramente frequenta	5 (12,5)	16 (16,67)	21 (15,44)
TDIC utilizada			
TV	6 (15,00)	16 (16,67)	22 (16,18)
Celular/Smartphone	38 (95,00)	94 (97,92)	132 (97,06)
Computador	30 (75,00)	61 (63,54)	91 (66,91)
Finalidade do acesso			
Pesquisas escolares	34 (85,0)	78 (81,25)	112 (82,35)
Pesquisas diversas	36 (90,0)	88 (91,67)	127 (91,18)
Notícias	31 (77,5)	61 (63,54)	92 (67,65)
Redes Sociais	38 (95,0)	84 (87,50)	122 (89,71)
Jogos	22 (55,0)	29 (30,21)	51 (37,5)
Vídeos/Imagens/Vídeos	31 (75,5)	66 (68,75)	97 (72,32)
Acesso à internet			
Todos os dias	37 (92,5)	88 (91,67)	125 (91,91)
1 a 2 vezes por semana	0 (0)	0 (0)	0 (0)
3 a 4 vezes por semana	1 (2,5)	2 (2,08)	3 (2,21)
5 a 6 vezes por semana	2 (5,0)	6 (6,25)	8 (5,88)

Tabela 1 - Caracterização dos estudantes participantes do estudo, 2019

(conclusão)

Rede Social mais acessada			
Facebook©	24 (60,0)	46 (47,92)	70 (51,47)
Instagram©	33 (83,5)	83 (86,46)	116 (85,29)
Whatsapp©	39 (97,5)	93 (96,88)	132 (97,06)
Twitter©	5 (12,5)	26 (27,08)	31 (22,79)
Youtube©	23 (57,5)	42 (43,75)	65 (47,79)
Maior tempo de tela			
Facebook©	2 (5,0)	5 (5,21)	7 (5,15)
Instagram©	13 (32,5)	4 (41,67)0	53 (38,97)
Whatsapp	19 (47,5)	42 (43,75)	61 (44,85)
Twitter©	1 (2,5)	4 (4,17)	5 (3,68)
Youtube©	5 (12,5)	5 (5,21)	10 (7,35)
Acompanhamento do projeto			
Sim	19 (47,5)	53 (55,21)	72 (52,94)
Não	21 (52,5)	43 (44,79)	64 (47,06)
Total estudantes	40 (29,41%)	96 (70,59%)	136 (100%)

Fonte: A autora.

* Adaptado de Brasil (2017).

Especificamente sobre a utilização das redes sociais para campanhas de conscientização para redução do desperdício, a Tabela 2 demonstra que 100% dos participantes consideraram que as campanhas de conscientização para redução do desperdício são importantes, e 99,26% julgaram que as redes sociais podem ser uma ferramenta eficaz de criação e divulgação destas campanhas. Todos os participantes concordaram que o uso das TDICs nas campanhas de conscientização para reduzir o desperdício de alimentos permitem maior alcance de pessoas.

No que diz respeito a influência de uma postagem sobre desperdício de alimentos relacionado com os restos deixados no prato dos indivíduos, 97,79% dos participantes afirmaram que podem ser influenciados a não deixar restos no prato visualizando uma postagem sobre o assunto numa rede social, enquanto apenas 2,21% afirmaram não se sentirem influenciados a mudar o comportamento.

No que se refere ao nível de colaboração dos participantes para a diminuição do desperdício dentro do RU, 51,47% dos participantes se avaliaram com nível muito alto de

colaboração, servindo quantidades suficiente de comida, jamais deixando restos de alimentos e se envolvendo nas campanhas de conscientização para que mais pessoas se atentem sobre o assunto. Já 47,79% dos participantes se avaliaram com nível razoável de colaboração, descrevendo se esforçar e se policiar para evitar o desperdício no prato sempre que possível, relataram terem interesse sobre o assunto, mas ainda possuem dificuldades em contribuir todos os dias. Por fim, apenas 1 participante (0,74%) alegou não ter nenhum nível de colaboração, declarando ter o hábito de deixar restos no prato, não se preocupar com o assunto, e nem ter interesse em participar das campanhas de conscientização dentro do RU.

Acerca do Projeto Raspei o Prato foi encontrado que 98,53% acreditam que o perfil incentiva os usuários a não desperdiçar alimentos. Com respeito ao nível de interesse dos integrantes da pesquisa por assuntos relacionados ao desperdício de alimentos, sustentabilidade, pela fome no Brasil e no mundo foi observado que a maioria dos participantes (63,97%) afirmaram ter um grau de interesse entre muito e completamente interessado por essas questões. Logo, 26,47% informaram que têm um nível médio, e por outro lado 9,56% indicaram ter muito pouco interesse sobre esse tema.

Tabela 2 - Relação entre as TDICs e as campanhas de conscientização para redução do desperdício de alimentos

Importância das campanhas	Sexo masculino N (%)	Sexo feminino N (%)	Total N (%)
Sim, consideram importante	40 (100)	96 (100)	136 (100)
Não consideram importantes	0 (0)	0 (0)	0 (0)
Eficácia das redes sociais para divulgação de campanhas			
Sim, consideram eficaz	40 (100)	95 (98,96)	135 (99,26)
Não consideram eficaz	0 (0)	1 (1,4)	1 (0,74)
Alcance com o uso das TDICs			
Sim, alcança um maior número de pessoas	40 (100)	96 (100)	136 (100)
Não acreditam que alcança um maior número de pessoas	0 (0)	0 (0)	0 (0)
Influência das campanhas online			
Sim, influencia a não deixar restos	26 (65,0)	63 (65,63)	89 (65,44)
Às vezes influencia	12 (30,0)	32 (33,33)	44 (32,35)
Não influencia	2 (5,0)	1 (1,04)	3 (2,21)
Nível de colaboração			
Muito Alto	22 (55,0)	48 (50,0)	70 (51,47)
Razoável	18 (45,0)	47 (48,96)	65 (47,79)
Nenhum	0 (0)	1 (1,04)	1 (0,74)
Feedback do Projeto			
Sim, acha que incentiva	39 (97,5)	95 (98,9)	136 (98,53)
Não acha que incentiva	1 (2,5)	1 (1,04)	2 (1,47)
Nível de interesse pelo assunto em geral			
0 - Nenhum	0 (0)	0 (0)	0 (0)
1 - Muito pouco	3 (7,5)	0 (0)	3 (2,21)
2 - Pouco	2 (5,0)	8 (8,33)	10 (7,35)
3 - Médio	15 (37,5)	21 (21,88)	36 (26,47)
4 - Muito	13 (32,5)	31 (32,29)	44 (32,35)
5 - Completamente	7 (17,5)	36 (37,5)	43 (31,62)
Total estudantes	40 (29,41%)	96 (70,59%)	136 (100%)

Fonte: A autora.

4 DISCUSSÃO

Os resultados encontrados nesta pesquisa em relação ao uso das TDICs foram considerados positivos, e a aplicação de campanhas semelhantes ao Projeto Raspei o Prato tendem a obter maior adesão e chance de sucesso quando comparado à outras campanhas tradicionais para a redução do desperdício de alimentos em uma UAN.

Um estudo realizado na UAN do Instituto Federal do Norte de Minas Gerais *Campus Salina*, apontou que a campanha de sensibilização implantada na unidade teve resultados significativos para a redução de desperdício de alimentos, quando utilizado métodos tradicionais como fixação de cartazes educativos no ambiente de alimentação, distribuição de folhetos contendo informações sobre o desperdício de alimentos e dados sobre a fome e a miséria no nosso país. No entanto, Bicalho & Lima (2013) ressaltam que os valores de desperdício encontrados ainda continuam superiores ao estipulado pela literatura e aponta a necessidade de implantação de medidas de redução de desperdícios e intervenções mais eficazes, recomendando a prática contínua da conscientização dos comensais.

Como visto no presente trabalho, o celular/smartphone é a tecnologia digital mais utilizada entre o público (97,06%), e a maioria dos participantes tem acesso a internet todos os dias, isso confirma que a aplicação de campanhas de conscientização online, semelhantes ao projeto Raspei o Prato atendem às necessidades de intervenções mais eficazes, visto que a visualização diária sobre o assunto numa rede social tende a ser uma nova forma de influenciar a mudança de comportamento.

As redes sociais potencializam a informação e a comunicação e têm o poder de mobilizar e promover mudanças sociais, alterando a forma que a sociedade se comporta (BARROS; CARMO; SILVA, 2012). Estudos apontam que os elementos visuais na publicidade influenciam as atitudes e intenções de resposta do consumidor (PERCY; ROSSITER, 1983). Em relação ao uso do Instagram®, pesquisas recentes indicam que a rede é uma excelente ferramenta de marketing, devido a grande quantidade de usuários e pelo fato dos usuários seguirem e compartilharem sobre temas de seu interesse (SANTOS, 2016).

A sensibilização da população sobre o assunto é considerada uma forte influência para a divulgação de informações sobre esse assunto, e as iniciativas com o propósito de propagar uma

cultura anti-desperdício, tiveram êxito onde foram estabelecidas. Isso indica que a implantação de campanhas educativas junto aos usuários altera de forma positiva no consumo alimentar, evitando seu desperdício (PARLAMENTO EUROPEU, 2011).

Um estudo indicou que a influência das redes sociais no cotidiano das pessoas é relevante na formação de opinião dos indivíduos, e na tomada de decisões (SILVEIRA; SOARES, 2011). O principal achado dessa pesquisa também se mantém favorável quanto ao uso das mídias sociais para se obter determinada ação dos indivíduos, é possível notar a proeminência de pessoas na qual responderam que uma postagem online é capaz de influenciá-las para reduzir o desperdício alimentar. Da mesma maneira que avaliaram como importante a associação das redes sociais com as campanhas que abrangem informações e despertam uma preocupação sobre o desperdício de alimentos.

Em um estudo realizado por Delazeri; Batisti; Silva (2015), os autores observaram que a implantação de uma campanha de orientação, por meio da educação dos clientes e colaboradores, foi considerada um instrumento útil no controle da taxa diária de resto ingesta. E que para se obter uma diminuição significativa nos índices da unidade, são necessárias campanhas diárias de combate de desperdício de alimentos com os comensais.

Analizando o nível particular de colaboração para redução do desperdício dentro da unidade em questão, pode se perceber que os estudantes buscam colaborar de forma participativa e que o interesse sobre assuntos com essa temática tende a ser alto nos alunos de ensino superior, sugerindo que as ações educativas no meio universitário inclinam-se a ter respostas positivas.

No atual trabalho pode se observar que de maneira geral, aqueles participantes que não acompanharam o período de aplicação da campanha, da mesma forma presumiram que o Projeto Raspei o Prato incentiva de forma positiva ao não desperdício. Fator esse, que determina uma boa aceitação para a efetividade do projeto dentro da unidade.

De acordo com a Resolução CFN Nº 380/2005, a qual dispõe sobre a definição das áreas de atuação do nutricionista e suas atribuições, fica definido ao nutricionista que trabalha em UAN atividades complementares como, implantar e supervisionar o controle periódico das sobras, do resto e análise de desperdícios, promovendo a consciência social, ecológica e ambiental dos comensais (CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS, 2005).

O desperdício de alimentos leva a desperdício de água doce, perda de capital investido na produção, emissões de gases poluentes durante as etapas de produção e gera diversos outros gastos desnecessários visto que o destino do alimento será o lixo (BRASIL, 2018).

Segundo Associação Brasileira de Nutrição (2018 apud ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA ALIMENTAÇÃO E AGRICULTURA, 2016) o assunto no Brasil ainda é um desafio. Em 2013, das 268,1 milhões de toneladas de alimentos disponíveis no país, cerca 26,3 milhões, ou quase 10%, foram perdidos. Com base nisso, é de extrema importância que não apenas o governo crie medidas para que haja redução desses índices, mas também que a população se conscientize e trabalhe em prol de novos hábitos de consumo.

A literatura ainda apresenta lacunas sobre o uso das mídias sociais voltadas a campanhas de conscientização para a redução do desperdício de alimentos, o que fortalece a importância do presente estudo. Entretanto estudos ressaltam que grande parte das informações veiculadas no universo online associados a alimentação podem influenciar o comportamento alimentar dos seguidores (SILVA; CECERE; PIRES, 2018).

Contudo Rigoni; Nunes; Fonseca (2017) afirma que é possível uma utilização mais “inteligente” das redes sociais. E somando todos os fatores encontrados neste levantamento à respeito da importância das TDICs na conscientização dos indivíduos sobre o desperdício alimentar, pressupõe-se que este é um caminho para a Nutrição construir uma nova relação com a mídia, associado em mudanças de comportamento positivas.

Como limitação do presente estudo, destacamos a não avaliação do impacto das campanhas de conscientização na redução do desperdício. Sugerimos que estudos posteriores avaliem de fato a redução do desperdício após a implementação de campanhas, por meio da avaliação do resto ingesta, pesando os restos de alimentos devolvidos nas bandejas após as refeições e realização do cálculo da gramagem de resto ingesta per capita antes, durante e após a aplicação de uma campanha.

5 CONCLUSÃO

Considera-se que o uso das TDICs nas campanhas de conscientização para a redução do desperdício de alimentos se caracterizam como um importante instrumento na sensibilização dos usuários. Tendo em vista que, os participantes tiveram a percepção de que as redes sociais associadas às campanhas em defesa da redução do desperdício os influenciam a não deixar restos após uma refeição, conclui-se que o efeito dessas ações é favorável na conscientização sobre o tema.

Além disso, as campanhas online geram um alcance em massa sobre um assunto com demandas tão urgentes, e sabendo que as campanhas convencionais têm períodos limitados de execução, as campanhas online servem como uma forte medida de ação para que se propaguem uma cultura anti-desperdício, sendo capaz de influenciar novos hábitos alimentares, compartilhar estilos de vida sustentáveis, aumentar a visibilidade sobre o assunto e possivelmente trazer resultados duradouros dentro de uma UAN.

REFERÊNCIAS

ABREU, Edeli Simioni de; SPINELLI, Mônica Glória Neumann; PINTO, Ana Maria de Souza. **Gestão de unidades de alimentação e nutrição**: um modo de fazer. 7. ed. São Paulo: Editora Metha, 2019.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NUTRIÇÃO. Um mundo #FomeZero para 2030 começa agora. *In*: ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NUTRIÇÃO. **ASBRAN**: Associação Brasileira de Nutrição. São Paulo: ASBRAN, 2018. Disponível em: <https://www.asbran.org.br/noticias/um-mundo-fomezero-para-2030-comeca-agora>. Acesso em: 10 out. 2019.

BARANAUSKAS, Maria Cecília Calani; VALENTE, José Armando (ed.). Editorial. **Revista Tecnologias, Sociedade e Conhecimento**, Campinas, v. 1, n. 1, p. 1-5, 2013. Disponível em: <https://www.nied.unicamp.br/revista/index.php/tsc/article/download/118/96/>. Acesso em: 10 out. 2019.

BARROS, Arthur de Alvarenga; CARMO; Michelle Fernanda Alves do; SILVA, Rafaela Luiza da. A influência das redes sociais e seu papel na Sociedade. **Anais do Congresso Nacional Universidade, EAD e Software Livre**, Belo Horizonte, v. 1, v. 3, 2012. Disponível em: <http://www.periodicos.letras.ufmg.br/index.php/ueadsl/article/view/3031/2989>. Acesso em: 10 out. 2019.

BICALHO, A. H.; LIMA, V. O. B. Impact of an intervention to reduce waste in a Food and Nutrition Unit. *Nutrire: rev. Soc. Bras. Alim. Nutr.* /J. Brazilian Soc. Food Nutr., São Paulo, SP, v. 38, n. 3, p. 269-277, dez. 2013. Disponível em: http://sban.cloudpainel.com.br/files/revistas_publicacoes/401.pdf. Acesso em 31 out. 2019.

BRAGA, Sérgio. O uso da internet nas campanhas eleitorais: o balanço do debate e algumas evidências sobre o Brasil. **Revista Usp**, São Paulo, n. 90, p. 58-73, jun./ago. 2011. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/revusp/article/view/34012/36746>. Acesso em: 25 ago. 2019.

BRASIL. Câmara dos Deputados. **Perdas e desperdício de alimentos**: estratégias para redução. Brasília, DF: Centro de Estudos e Debates Estratégicos, 2018. Disponível em: <https://www2.camara.leg.br/a-camara/estruturaadm/altosestudios/pdf/perdas-e-desperdicio-de-alimentos-no-brasil-estrategias-para-reducao>. Acesso em: 26 set. 2019.

BRASIL. Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior. **Tabela Áreas Conhecimento**. Brasília, DF: Capes, 2017. Disponível em: https://www.capes.gov.br/images/documentos/documentos_diversos_2017/TabelaAreasConhecimento_072012_atualizada_2017_v2.pdf. Acesso em: 17 set. 2019.

BRASIL. Plenário do Conselho Nacional de Saúde . Resolução Nº 466, de 12 de dezembro de 2012. Brasília, DF. nº 12 , Seção 1. p. 59, 2013. Disponível em; <https://conselho.saude.gov.br/resolucoes/2012/Reso466.pdf>. Acesso em 05 dez. 2019.

BRASIL. Senado Federal. Desperdício de alimentos: como desmontar essa máquina. **Revista Em Discussão**, Brasília, DF, v. 30, p.22-34, 2016. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/emdiscussao/edicoes/regulacao-economica/desperdicio-de-alimentos>. Acesso em: 19 set. 2019.

CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS. **Resolução CFN nº 380/2005**. Dispõe sobre a definição das áreas de atuação do nutricionista e suas atribuições, estabelece parâmetros numéricos de referência, por área de atuação, e dá outras providências. Brasília, DF: CFN, 2005. Disponível em: <http://crn1.org.br/images/pdf/res380.pdf>. Acesso em: 14 jul. 2019.

DELAZERI, Pâmela Carina; BATISTI, Sandra Luisa; SILVA, Ana Beatriz Giovanoni da. Avaliação e campanha para diminuição do resto em uma unidade de alimentação e nutrição de uma empresa do Vale do Taquari, RS. **Revista higiene Alimentar**, São Paulo, v. 29, n. 240/241, jan./fev. 2015. Disponível em: <https://www.higienealimentar.com.br/wp-content/uploads/2019/07/240-241-1.pdf>. Acesso em: 17 set. 2019.

EMBRAPA. Relatório sem desperdício 2016/2017. Brasília, DF: EMBRAPA, 2017. Disponível em: <https://www.embrapa.br/documents/32009321/0/Relat%C3%B3rio+Sem+Desperd%C3%ADcio/758b20c0-941f-faab-eb6a-2cccf868de68?version=1.0>. Acesso em: 25 ago. 2019.

HENZ, Gilmar Paulo; PORPINO, Gustavo. Food losses and waste: how Brazil is facing this global challenge? **Revista Horticultura Brasileira**, Vitória da Conquista, v. 4, n. 35, out./dez. 2017. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-05362017000400472#B30. Acesso em: 26 set. 2019.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA A ALIMENTAÇÃO E A AGRICULTURA. **FAO apresenta avanços no combate às perdas e ao desperdício de alimentos**. [S. l.]: FAO, 2017. Disponível em: <http://www.fao.org/brasil/noticias/detail-events/pt/c/1062706/>. Acesso em: 24 ago. 2019.

PARLAMENTO EUROPEU. **Como evitar o desperdício de alimentos**: estratégias para melhorar a eficiência da cadeia alimentar na União Europeia. Paris: Parlamento Europeu, 2011. Disponível em: <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//NONSGML+REPORT+A7-2011-0430+0+DOC+PDF+V0//PT>. Acesso em: 26 set. 2019.

PERCY, L.; ROSSITER, J. R. Effects of picture size and colour on brand attitude responses in print advertising. **Advances in Consumer Research**, [s. l.], v. 10, n. 1, p. 17-20, 1983.

Disponível em: <http://www.acrwebsite.org/search/view-conference-proceedings.aspx?Id=6071>. Acesso em 12 set. 2019.

PEREIRA, Maria Manuela Barros Aguiar. **Google Docs: uma experiência no Ensino Profissional**. 2009. Dissertação (Mestrado em Multimédia) – Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto, Porto, 2009. Disponível em: <https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/66707/1/000137102.pdf>. Acesso em: 14 jul. 2019.

RIGONI, Ana Carolina Capellini; NUNES, Felipe Gustavo Barros; FONSECA, Karina das Mercês. O Culto ao corpo e suas formas de propagação na rede social Facebook. **Motrivivência**, Florianópolis, v. 29, n. esp., p. 126-143, dez. 2017. DOI: <http://dx.doi.org/10.5007/2175-8042.2017v29nespp126>. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/motrivivencia/article/viewFile/2175-8042.2017v29nespp126/35558>. Acesso em: 13 nov. 2019.

SANTOS, Rita Serraleiro. **A influência do Instagram na atitude do consumidor: o caso da Levi Strauss & Co.** 2016. Dissertação (Mestrado) – Universidade Europeia, Lisboa, 2016. Disponível em: <https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/14453/1/Disserta%C3%A7%C3%A3o%20M-MD%20-%20Rita%20Santos%2050032060.pdf> Acesso em: 13 nov. 2019

SILVA, Silvia Alves da; CECERE, Patrícia F. F. PIRES. **Influência da mídia no comportamento alimentar de mulheres adultas**. Apucarana: FAP, 2018. Disponível em: <http://www.cesuap.edu.br/anais/congresso-multidisciplinar-2018/comunicacao-oral/175.pdf>. Acesso em: 13 nov. 2019.

SILVEIRA, Robert Cerqueira; SOARES, Thereza Olívia Rodrigues. A influência das redes sociais no comportamento do consumidor: um estudo sobre as decisões de compra do consumidor nas comunidades virtuais. *In: CONGRESSO NACIONAL DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO*, 7., 2011, Rio de Janeiro . **Anais [...]**. Rio de Janeiro: [s. n.], 2011. Disponível em: http://www.inovarse.org/sites/default/files/T11_0408_1929_5.pdf . Acesso em: 13 nov. 2019.

TEIXEIRA, Suzana et al. **Administração aplicada às unidades de alimentação e nutrição**. São Paulo: Editora Atheneu, 2000. Disponível em: <https://pt.scribd.com/document/257788421/Livro-Administracao-Aplicada-Unidades-de-Alimentacao-e-Nutricao-pdf>. Acesso em: 26 out. 2019.

VERÍSSIMO, Bruna. #SemDesperdício: faça parte. *In: FUNDO MUNDIAL PARA A NATUREZA. WWF Brasil*. [S. l.]: WWF Brasil, 2017. Disponível em: https://www.wwf.org.br/natureza_brasileira/reducao_de_impactos2/agricultura/agr_acoes_resultados/semdesperdicio/. Acesso em: 23 ago. 2019.

qual finalidade? Marque as principais opções	☐ Pesquisas diversas ☐ Redes Sociais ☐ Jogos ☐ Músicas ☐ Videos/imagens ☐ Notícias ☐ Outro ☐ Não acesso
8) Quantas vezes você acessa a internet para <u>atividades diversas</u>?	☐ Todos os dias ☐ 1 a 2 vezes por semana ☐ 3 a 4 vezes por semana ☐ 5 a 6 vezes por semana ☐ Não costumo acessar
9) Quais redes sociais você acessa com mais frequência? Marque mais de uma opção se necessário.	☐ Facebook ☐ Instagram ☐ Twitter ☐ Whatsapp ☐ Snapchat ☐ Youtube ☐ Não acesso ☐ Outra
10) Qual dessas redes sociais você passa mais tempo acessando durante o dia? Marque apenas uma opção.	☐ Facebook ☐ Instagram ☐ Twitter ☐ Whatsapp ☐ Snapchat ☐ Youtube ☐ Não acesso ☐ Outra
11) Você acompanha o perfil @ProjetoRaspeioPrato no Instagram?	☐ Sim ☐ Não

12) Você acha que as campanhas de conscientização para redução de desperdício de alimentos são importantes?	() Sim () Não
13) Você acredita que as redes sociais são ferramentas eficazes para a criação e divulgação dessas campanhas de conscientização?	() Sim () Não
14) Você acha que a partir das tecnologias digitais é possível alcançar um maior número de pessoas nas campanhas de conscientização?	() Sim () Não
15) Visualizar uma postagem falando sobre desperdício numa rede social, pode te influenciar para não deixar restos no seu prato?	() Sim () Não () Às vezes
17) Qual seu nível de colaboração para a diminuição do desperdício de alimentos no RU?	() Muito Alto Sempre coloco quantidade de comida suficiente no meu prato, nunca deixo restos de alimentos e me envolvo nas campanhas de conscientização para que mais pessoas se atentem sobre o assunto. () Razoável Sempre que possível me esforço e me policio para evitar o desperdício no meu prato. Tenho interesse sobre o assunto mas tenho dificuldades em contribuir todos os dias.

**APÊNDICE B - IMAGENS DAS POSTAGENS FEITAS NO PERFIL
@PROJETORASPEIOPRATO**



ANEXO A - TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Você está sendo convidado(a) para participar da pesquisa intitulada “**A IMPORTÂNCIA DAS TECNOLOGIAS DIGITAIS DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO PARA A CONSCIENTIZAÇÃO DOS USUÁRIOS E REDUÇÃO DO DESPERDÍCIO DE ALIMENTOS NO RESTAURANTE UNIVERSITÁRIO DA UFU**”, sob a responsabilidade da pesquisadora Isadora Guimarães Valentim, com orientação da professora Dr^a Luciana Saraiva da Silva da Universidade Federal de Uberlândia.

Nesta pesquisa nós pretendemos analisar a utilização das tecnologias digitais de informação e comunicação (TDICs) como ferramenta para a conscientização dos usuários na redução do desperdício de alimentos em uma Unidade de Alimentação e Nutrição (UAN) da Universidade Federal de Uberlândia (UFU).

Você poderá decidir se quer participar desta pesquisa. Na sua participação você fornecerá informações sobre: idade, sexo, vínculo e área de atuação dentro da UFU, responderá um questionário sobre utilização das tecnologias digitais e nível de acesso a internet, nível de conhecimento e preocupação com o desperdício de alimentos e opinião sobre a implantação de campanhas de sustentabilidade em restaurantes.

Em nenhum momento você será identificado. Você não terá nenhum gasto nem ganho financeiro por participar na pesquisa. Os eventuais riscos que podem ocorrer aos participantes são o desinteresse, exaustão ou constrangimento ao responder as perguntas do questionário. Para tanto será garantida confidencialidade das informações e a possibilidade de desligamento em qualquer momento da pesquisa. O benefício será a implantação das tecnologias digitais de informação e comunicação para ampliar a conscientização dos usuários para redução do desperdício de alimentos no restaurante universitário da UFU.

Qualquer dúvida a respeito da pesquisa, você poderá entrar em contato com:

Isadora Guimarães Valentim

Graduanda em Nutrição

isadoratcc@gmail.com

Luciana Saraiva da Silva

Docente do Curso de Nutrição

luciana.saraiva@ufu.br

() Eu aceito participar da pesquisa citada acima, voluntariamente, após ter sido devidamente esclarecido.