

## **A INFLUÊNCIA DAS REDES SOCIAIS NA ESCOLHA DE UM SERVIÇO DE ALIMENTAÇÃO**

SOUZA, ELLEN DE<sup>1</sup>; ALVES, TÂNIA INÊS MACHADO<sup>2</sup>; GOULART, BIANCA DIAS<sup>3</sup>;  
HERRMANN, FELIPE<sup>4</sup>; GOMES, ALCIDES<sup>5</sup>.

<sup>1</sup>UFPEL – *ellendesouza403@gmail.com*

<sup>2</sup>UFPEL – *taniaimalves@hotmail.com*

<sup>3</sup>UFPEL – *bianka\_pel@hotmail.com*

<sup>4</sup>UFPEL – *feldimann@hotmail.com*

<sup>5</sup>UFPEL – *chefalcidesgomes@hotmail.com*

### **1. INTRODUÇÃO**

As redes sociais são uma das mais importantes formas de comunicação na atualidade. Uma rede social é uma estrutura social composta por pessoas ou organizações, conectadas por um ou vários tipos de relações onde há um compartilhamento de informações, interesses e esforços em busca de objetivos comuns. “Essa capacidade alterou de forma significativa os fluxos de informação dentro da própria rede. O surgimento da internet proporcionou que as pessoas pudessem difundir informações de forma mais rápida e mais interativa” (RECUERO, 2009). O objetivo deste projeto é identificar a influência das redes sociais na escolha dos serviços de alimentação e com este resultado auxiliar os serviços de alimentação de Pelotas a se adequarem a esta nova realidade. Analisando este tema supõem-se que as redes influem na escolha de um serviço de alimentação e queremos assim saber o quanto elas podem influenciar.

### **2. METODOLOGIA**

Foi realizada uma pesquisa quantitativa com 187 pessoas entre os dias de 26 de junho de 2014 a 29 de junho de 2014, por meio de um questionário *online* com 15 perguntas fechadas e um espaço para comentários, no qual os entrevistados usuários de internet, dentre eles estão pessoas do sexo feminino e masculino de diferentes idades e classes sociais residentes da cidade de Pelotas/RS.

### **3. RESULTADOS E DISCUSSÃO**

Das 187 pessoas entrevistadas, cerca de 99% (Figura 1) acessam as redes sociais, mostrando que realmente elas estão cada vez mais no cotidiano das pessoas. Segundo Soares (2002) “Uma rede social é constituída por um conjunto de relações interpessoais a partir das quais uma pessoa mantém a própria identidade social”. Desde o nosso nascimento estamos estabelecendo quem fará parte de nossa vida assim como de nossa rede. Desse total, a frequência com que acessam as redes sociais é de 85% todos os dias, 13% frequentemente, 1% raramente e 1% dificilmente (Figura 1). As redes sociais segundo Marteleto (2001) representam “um conjunto de participantes autônomos unindo idéias e recursos em torno de valores e interesses compartilhados”.

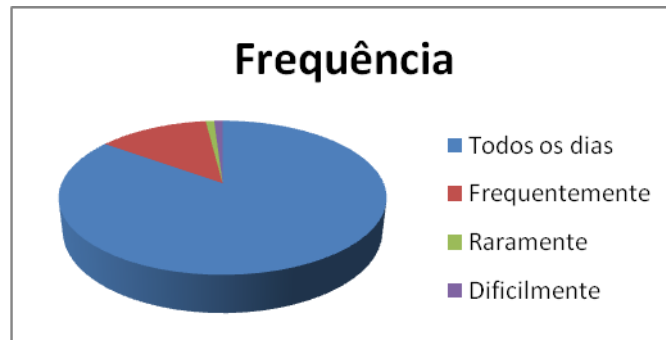


Figura 1

Quanto à preferência da utilização das redes sociais as mais utilizadas são *Facebook* com 45% seguido do *Whatsapp* com 22%, *Google+* 12%, *Twitter* 10%, outras 9% e *Orkut* 1%. Ao serem questionadas sobre o compartilhamento de conteúdo de páginas de serviços de alimentação grande parte, 73%, compartilha ou curte estes conteúdos. Esses entrevistados, quando indagados se já foram a algum serviço de alimentação por terem visto algo positivo sobre o mesmo nas redes sociais as respostas foram 86% “sim” e 14% “não” (Figura 2). E quando questionados se deixaram de ir a um serviço de alimentação por terem uma percepção negativa sobre os estabelecimentos nas redes sociais o resultado foi de que 65% “sim” e 35% “não” (Figura 2), com isso podemos notar a importância de se ter uma boa imagem nas redes sociais. Apesar de apenas 29% responderem que fazem comentários negativos e 71% comentários positivos. Ainda de acordo Cassiano (2011)

“a internet na vida da sociedade em rede mostra que ela é mais do que apenas uma ferramenta gerencial e organizacional: é também o espelho do ser humano, ao refletir todas as ações dele além do campo virtual. Deste modo, como o reflexo se altera conforme os movimentos da sociedade em rede, esse instrumento ganha vida e se transforma mutuamente junto com essa sociedade”.

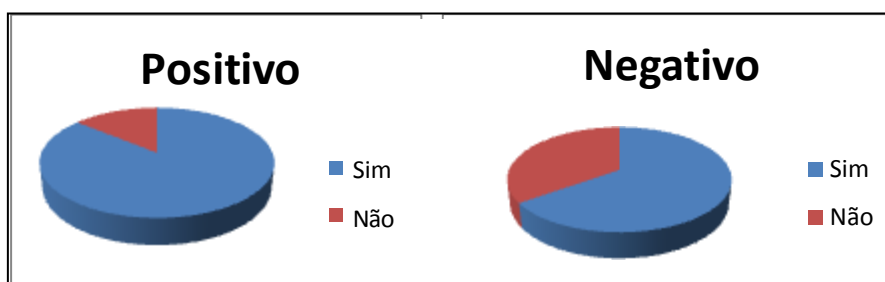


Figura 2

Em relação à utilização das redes sociais por serviço de alimentação os entrevistados mostraram que procuram por estes nas redes sociais (70%) e que se este estabelecimento conta pontos positivos quando tem perfil em rede social e/ou site 89%. Verificou-se também que a maioria dos entrevistados participa de promoções feitas nas redes sociais pelos serviços de alimentação.

Destacamos também algumas opiniões que foram transmitidas nas entrevistas, destacando-se o entrevistado 83 “Penso que vivemos hoje em dia, com o nosso tempo por demais comprometido, isso faz com que nós façamos tudo com o mínimo de uso deste. E nesse caso as redes sociais são importantes contribuindo para o acesso rápido”. Outro que também se destacou foi o entrevistado 87 “O resultado de uma boa notícia em redes sociais faz com que

minimizamos o erro ao conhecer e provar um serviço de alimentação novo. A mídia atualmente é muito importante no papel de marketing, e faz com que conheçamos cada vez mais novidades dentro da culinária brasileira”.

A gastronomia brasileira está em alta, em especial a projeção que a Copa do Mundo de Futebol proporcionou ao país. E as redes sociais amplificam a diversidade da culinária brasileira. Apoiando o entrevistado 107 citou que “Falando em redes x serviços: Para o futuro, será fundamental a divulgação nas redes serviços que determinados estabelecimentos estejam promovendo. Dificilmente sairemos em busca de alimentos sem antes consultar onde queremos ir e o que consumir através das redes sociais. Ainda serão requisitos básicos para o cidadão para a escolha do estabelecimento considerando proximidade, segurança e qualidade”.

#### **4. CONCLUSÕES**

Observou-se que com o avanço da tecnologia podemos notar a evolução das redes sociais e que estão cada vez mais em nosso cotidiano, onde uma grande parte se preocupa em buscar informações sobre diferentes assuntos sendo que uma boa parte ligada a alimentação.

Com base nos resultados concluímos que as pessoas podem ser influenciadas pelas redes sociais na hora da escolha de um serviço de alimentação.

Com estes resultados notamos a importância que os serviços de alimentação devem dar para as redes sociais.

#### **5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

CASSIANO, A.M. Ativismo a partir das redes sociais. 2011. 26f, Dissertação (Pós-graduação em Mídia) Curso de pós graduação em mídia, Informação e cultura do Centro de Estudos Latino Americanos. Universidade de São Paulo

RECUERO, Raquel, Redes Sociais na Internet, 2009; Porto alegre: Sulina

SOARES M.L.P.V, Vencendo a desnutrição: uma abordagem social; 2002; São Paulo; Sallus Paulista

MARTELETO R. M. – Análise de redes sociais: aplicação nos estudos de transferência da informação. Ciência da Informação Brasília, v 30. 2001.