

SAÚDE E AMBIENTE

V.9 • N.3 • 2024 - Fluxo Contínuo

ISSN Digital: 2316-3798

ISSN Impresso: 2316-3313

DOI: 10.17564/2316-3798.2024v9n3p257-271



QUALIDADE DA INFORMAÇÃO SOBRE ALIMENTAÇÃO E NUTRIÇÃO DISPONÍVEL NO *INSTAGRAM*[®]

QUALITY OF INFORMATION ON FOOD AND NUTRITION AVAILABLE ON *INSTAGRAM*[®]

CALIDAD DE LA INFORMACIÓN SOBRE ALIMENTACIÓN Y NUTRICIÓN DISPONIBLE EN *INSTAGRAM*[®]

Giovanna Nogueira Lara Cantera¹

Marcela Larissa Costa²

Laís Duarte Batista³

Laura Apolonio Bertoni⁴

Raquel Simões Mendes-Netto⁵

Regina Mara Fisberg⁶

RESUMO

A ascensão da internet acelerou o processo de compartilhamento de notícias e informações, sendo o *Instagram* uma das redes sociais mais utilizada globalmente. Conteúdos sobre alimentação e nutrição são comumente divulgados nesses aplicativos e, apesar de serem amplamente consumidos pela população, nem sempre possuem embasamento científico. Sendo assim, o objetivo é analisar a qualidade das postagens sobre alimentação e nutrição divulgadas na rede social *Instagram*. Estudo descritivo, transversal, de abordagem quantitativa. Foram coletadas 180 publicações em língua portuguesa e avaliadas por meio do questionário DICERN. Os dados foram tabulados e, posteriormente, analisados no *software* Rstudio, com testes de comparações de médias ou medianas. A qualidade das postagens em geral foi baixa 15,20 (IIQ: 28), realizadas majoritariamente por criadores de conteúdo que não apresentaram formação em nutrição, não usaram referências científicas e foram mais voltadas ao nicho de emagrecimento e qualidade de vida. Observou-se diferença estatística entre a qualidade das postagens segundo as profissões, na qual a qualidade do conteúdo de nutricionistas foi significativamente maior que criadores de conteúdo (19,50 x 12,47; $p < 0,001$), assim como a de jornalistas foi significativamente maior que a de criadores de conteúdo (23,00 x 12,47; $p = 0,021$). Também foi observado que a qualidade do conteúdo de médicos foi menor do que a de nutricionistas (19,50 x 15,44; $p = 0,028$). O presente estudo demonstrou que a qualidade das publicações sobre alimentação e nutrição no *Instagram*, em geral, são baixas. No entanto, as publicações realizadas por nutricionistas e jornalistas foram de melhor qualidade. Páginas de criadores de conteúdo, que não tem relação com a nutrição, que apresentam maior número de seguidores e não fazem uso de referência apresentaram pior qualidade da informação.

PALAVRAS-CHAVE

Rede Social; Nutrição; Análise de Rede Social.

ABSTRACT

The rise of the internet has accelerated the process of sharing news and information, with Instagram being one of the most widely used social networks globally. Food and nutrition content is commonly posted on these apps and, despite being widely consumed by the population, is not always scientifically based. To analyze the quality of posts about food and nutrition published on the social network Instagram. A descriptive, cross-sectional study with a quantitative approach. 180 posts were collected in Portuguese and evaluated using the DICERN questionnaire. The data was tabulated and then analyzed using Rstudio software, with tests to compare means or medians. The quality of the posts in general was low 15,20 (IIQ: 28), mostly made by content creators who had no training in nutrition, did not use scientific references and were more focused on the weight loss and quality of life niche. There was a statistical difference between the quality of posts according to profession, in which the quality of content from nutritionists was significantly higher than that from content creators (19.50 x 12.47; $p < 0.001$), as well as that from journalists being significantly higher than that from content creators (23.00 x 12.47; $p = 0.021$). It was also observed that the quality of content from doctors was lower than that from nutritionists (19.50 x 15.44; $p = 0.028$). This study has shown that the quality of food and nutrition posts on Instagram is generally low. However, the posts made by nutritionists and journalists were of better quality. Pages by content creators, which are not related to nutrition, which have a higher number of followers and do not use references, had a lower quality of information.

KEYWORDS

Social networking; Nutrition; social network analysis

RESUMEN

El auge de internet ha acelerado el proceso de compartir noticias e información, siendo Instagram una de las redes sociales más utilizadas a nivel mundial. Los contenidos sobre alimentación y nutrición se publican habitualmente en estas apps y, a pesar de ser ampliamente consumidos por la población, no siempre tienen una base científica. El objetivo es, por tanto, analizar la calidad de las publicaciones sobre alimentación y nutrición en la red social Instagram. Estudio descriptivo, trans-

versal y cuantitativo. Se recogieron 180 posts en portugués y se evaluaron mediante el cuestionario DICERN. Los datos fueron tabulados y posteriormente analizados con el software Rstudio, utilizando pruebas de comparación de medias y medianas. Resultados: La calidad de los posts en general fue baja 15,20 (IIQ: 28), en su mayoría realizados por creadores de contenido que no tenían formación en nutrición, no utilizaban referencias científicas y se centraban más en el nicho de la pérdida de peso y la calidad de vida. Se observó una diferencia estadística entre la calidad de los posts según la profesión, en la que la calidad de los contenidos de los nutricionistas fue significativamente superior a la de los creadores de contenidos (19,50 x 12,47; $p < 0,001$), así como la de los periodistas fue significativamente superior a la de los creadores de contenidos (23,00 x 12,47; $p = 0,021$). También se observó que la calidad de los contenidos de los médicos era inferior a la de los nutricionistas (19,50 x 15,44; $p = 0,028$). Este estudio ha demostrado que la calidad de las publicaciones sobre alimentación y nutrición en Instagram es generalmente baja. Sin embargo, los posts realizados por nutricionistas y periodistas eran de mayor calidad. Las páginas de creadores de contenidos, que no están relacionados con la nutrición, tienen un mayor número de seguidores y no hacen uso de referencias, tenían una menor calidad de la información.

PALABRAS CLAVE

Red social; Nutrición; Análisis de redes sociales.

1 INTRODUÇÃO

A expansão do acesso à internet e o fomento das redes sociais acelerou o processo de compartilhamento de notícias e informações, permitindo a ampliação de novas formas e meios de comunicação que anteriormente eram centralizados em veículos como jornais, revistas, noticiários e programas de TV. No contexto dessas modificações, a informação é amplamente produzida e disseminada pelo público e para o público por meio da internet, em um cenário em que o indivíduo atua constantemente como consumidor e como divulgador da informação (Qualman, 2011; Wu *et al.*, 2023).

Em janeiro de 2022, o Brasil atingiu o número de 171,5 milhões de usuários de mídias sociais, com um crescimento de mais de 14,3% entre 2021 e 2022 (Kemp, 2023). O Instagram, lançado no ano de 2010, é um aplicativo que permite o compartilhamento de imagens e vídeos, sendo possível a interação do público por meio de curtidas e comentários (Pereira *et al.*, 2019). Entre as mídias sociais mais utilizadas no mundo, o aplicativo ocupa o quarto lugar em número de usuários, sendo relatada como a plataforma preferida por 14,8% dos usuários. Somente no Brasil, o aplicativo possui aproximadamente 119,5 milhões de contas ativas (Kemp, 2023).

Um aspecto importante das redes sociais é a possibilidade de milhões de usuários disseminarem conteúdos abertamente, podendo atingir um público extenso e diverso. Contudo, as premissas fun-

damentais do jornalismo científico para a difusão de informações para o público, como a veracidade, podem ser comprometidas (Barbosa, 2010).

Segundo achados de Andrade *et al.* (2019), os temas relacionados a nutrição mais pesquisados no *Instagram* foram “dieta”, “*fitness*”, “emagrecer” e “emagrecimento”, refletindo a existência de uma forte associação entre saúde e estética quando abordada a alimentação saudável. Ademais, dados de um estudo que analisou 79 publicações de nutrição na mesma rede social durante a pandemia de COVID-19 indicaram ainda que, quando analisado o assunto mais publicado, “alimentação saudável”, mais de 25% das publicações foram obtidas de perfis que não tinham nenhuma ligação com a nutrição ou com a área da saúde em geral, além de um baixo índice de postagens com referências bibliográficas (12,6%), podendo estar associado a publicação de informações não verídicas (Baldoni *et al.*, 2016).

Apesar da Resolução nº 301/2003 do Conselho Federal de Nutricionistas (CFN, 2003) determinar que o profissional nutricionista é o único profissional apto para a prescrição dietética, definida como atividade privativa do nutricionista, figuras públicas com grande quantidade de seguidores, sem graduação ou formação em nutrição ganham espaço e influência quando o tema alimentação saudável é abordado. Esses criadores de conteúdo transmitem informações acerca de preferências alimentares, alimentos a serem evitados ou consumidos em maior ou menor quantidade, indicações de suplementos e até mesmo dietas a serem seguidas, fazendo com que perfis de profissionais capacitados e que sigam os princípios do código de ética percam espaço nas redes sociais, mesmo que colaborem para promover uma alimentação saudável e adequada (Andrade; Nepomuceno, 2022).

Nesse contexto, considerando a ampla utilização das redes sociais como instrumentos de comunicação em nutrição e as consequências que informações sem respaldo científico e que não consideram a individualidade do público podem ter para a saúde e qualidade de vida dos indivíduos, o presente trabalho tem como objetivo analisar a qualidade e fonte das postagens sobre alimentação e nutrição divulgadas na rede social *Instagram*.

2 METODOLOGIA

2.1 DESENHO DE ESTUDO E COLETA DE DADOS

Trata-se de um estudo descritivo, transversal, de abordagem quantitativa. A coleta de dados ocorreu entre os meses de abril e maio de 2023, duas vezes por semana em um período de cinco semanas em dias fixos, sendo um dia da semana e um dia de final de semana, totalizando 10 sessões de coleta. Os critérios de inclusão para cada sessão de coleta foram: As 10 publicações mais relevantes segundo o *Instagram*; publicações em língua portuguesa; publicações divulgadas na categoria do *feed* da plataforma; publicações em imagem e texto da legenda. Já os critérios de exclusão foram: Postagens em formato de *stories*, *reels* e *lives*, com foco em vídeos ou conteúdos temporários; postagens de perfis privados da plataforma.

Para o levantamento de dados foram utilizados os termos “nutrição”, “alimentação”, “alimentação saudável” e “nutricionista” como palavras-chave para o mapeamento de contas relacionadas com a

temática de interesse. Nos filtros de busca, além dos resultados encontrados na página de contas principais, os termos foram aplicados na filtragem por “#hashtags”. As tags (marcadores) facilitam que os conteúdos sobre um mesmo tema sejam relacionados ou direcionam os usuários para um conteúdo específico de interesse.

2.2 VARIÁVEIS DE INTERESSE

2.2.1 CARACTERIZAÇÃO DAS POSTAGENS

De modo a investigar o perfil das páginas produtoras de conteúdos, foram explorados aspectos para a caracterização das páginas, tais como: se a postagem foi realizada por um perfil pessoal ou de criadores de conteúdo. O quadro 1 apresenta os critérios utilizados para classificação dos perfis responsáveis pelas postagens. Para contas de profissionais, foram coletadas informações sobre a profissão do divulgador das postagens. Informações sobre a relação do perfil com a nutrição foram coletadas, para essa questão foram considerados “com relação com a nutrição” perfis de profissionais nutricionistas, acadêmicos de nutrição, ligas acadêmicas de nutrição ou órgãos oficiais relacionados à nutrição.

Os que não tinham relação com a nutrição foram considerados os demais perfis que não eram vinculados aos critérios para classificação de “com relação com a nutrição”, nesse sentido perfis de indivíduos, outros profissionais sem ligação com a nutrição como médicos, jornalistas, fisioterapeutas, empresas e perfis sem identificação de indivíduos ou profissionais foram incluídos nessa categoria.

Quadro 1 – Classificação das contas que realizam postagens relacionadas aos temas alimentação e nutrição no *Instagram*

Contas	Definição
Pessoais	Perfis onde foi possível a identificação do indivíduo responsável pelas postagens, enquanto pessoa física. Também foram considerados perfis profissionais.
Criadores de conteúdo	Perfis onde não foi possível identificação de indivíduos enquanto pessoa física ou profissionais responsáveis pelas postagens. Nesses perfis não foi possível associar um indivíduo ao responsável pela conta/postagens.

Fonte: Elaborado pelos autores

Assim como foram coletadas informações sobre se as páginas possuíam algum nicho específico de postagem, como por exemplo: receitas “fit”; dicas de alimentação; emagrecimento; exercício e nutrição esportiva; dietas da moda; nutrição comportamental; qualidade de vida; notícias sobre nutrição e nutrição clínica. Por fim, o número de seguidores da página e curtidas na publicação analisada também foram coletados. O número de seguidores e curtidas foram categorizadas pelo valor de suas respectivas medianas em: “Menos seguidores” e “Mais seguidores” e “Menos curtidas” e “Mais curtidas”.

2.2.2 ANÁLISE DE QUALIDADE DAS POSTAGENS

As publicações foram avaliadas por meio do questionário DISCERN, um instrumento desenvolvido pela Universidade de Oxford e pela Biblioteca Britânica, validado e traduzido para português por Logullo *et al* (2019). Esse instrumento foi criado para avaliar a qualidade de informações sobre a saúde fornecidas em forma de textos a consumidores (Logullo *et al.*, 2019)

O questionário é composto por 16 perguntas divididas em três seções. A primeira, contando com oito perguntas, avalia a confiabilidade da informação presente na publicação. A segunda, com sete questões, avalia a qualidade das informações quanto a opções de tratamentos. As perguntas das seções 1 e 2 apresentam pontuação que variam de 1 a 5 (1: Não cumpriu o item; 3: Cumpriu parcialmente; 5: Cumpriu totalmente o item).

Por último, a terceira seção consiste em uma única pergunta que avalia a qualidade geral do texto publicado. A questão apresenta três opções de resposta que pontuam de 1 a 5 (1: Baixa qualidade e falhas graves ou generalizadas; 3: Qualidade moderada e falhas potencialmente importantes, mas não graves; 5: Alta qualidade e falhas mínimas). Para este trabalho, foram utilizadas somente as seções 1 e 3. A seção 2 não foi incluída na análise visto que os tópicos presentes na seção (tratamentos em saúde) não foram o foco de abordagem do presente estudo. Ao fim, a soma das questões foi analisada de forma quantitativa na qual as postagens poderiam atingir até 45 pontos, sendo que uma maior pontuação representa maior qualidade das postagens.

2.3 ANÁLISE ESTATÍSTICA

As análises foram executadas no *software* Rstudio, versão 2022.07.1. Os dados descritivos foram apresentados em média e desvio-padrão, medianas e intervalos interquartis ou frequências relativas e absolutas. O teste de normalidade de *Kolmogorov-Smirnov* foi utilizado para analisar as suposições de normalidade e escolha de teste estatístico apropriado para a distribuição dos dados.

O teste t de *Student* independente foi utilizado para comparar as médias de pontuação do DISCERN entre diferentes grupos. Para testes com suposições de homogeneidade de variância violada foi utilizado o teste de *Mann-Whitney*. Para comparações múltiplas, as médias entre os grupos foram analisadas por análise de variância (ANOVA) com *post-hoc* de Tukey. Para grupos onde as suposições de normalidade e homogeneidade de variâncias foram violadas, o teste de *Kruskal-Wallis* com *post-hoc* de Dunn foi utilizado. O nível de significância considerado foi de 5%.

3 RESULTADOS

As Tabelas 1 e 2 apresentam as características descritivas das variáveis de interesse e qualidade das postagens. Foram avaliadas o total de 180 postagens. O conteúdo encontrado foi majoritariamente de páginas que não apresentaram relação com a nutrição (58,2%), não usavam referências científicas (97,2%) e apresentaram postagens voltadas para o nicho de emagrecimento (26,1%) e qualidade de vida (18,9%). Profissionais nutricionistas representaram apenas 31,1% das contas com postagens

avaliadas relacionadas à nutrição e alimentação. As medianas de número de seguidores das páginas e curtidas nas publicações foram de 99.500 e 773, respectivamente.

Tabela 1 – Descrição da mediana de qualidade das postagens, seguidores e curtidas em postagens relacionadas aos temas alimentação e nutrição no *Instagram*, 2023 (n=180)

	Mediana (IQ)	Min-Máx
DICERN	15,50 (28)	8 – 36
Seguidores	99.500 (2.699.881)	119 – 2.700.000
Curtidas	773 (24.177)	2 – 24.179

Fonte: Dados da pesquisa

Tabela 2 – Caracterização das postagens relacionadas aos temas alimentação e nutrição do *Instagram*, segundo variáveis, 2023 (n=180)

Característica	N (%)
Tipo de conta	
Pessoal	77 (42,7%)
Criador de conteúdo	103 (57,2%)
Profissão	
Nutricionista	56 (31,1%)
Médico	16 (8,9%)
Personal trainer	3 (1,7%)
Jornalista	2 (1,1%)
Criadores de conteúdo	103 (57,2%)
Hashtag	
Alimentação	45 (25%)
Alimentação saudável	45 (25%)
Nutrição	45 (25%)
Nutricionista	45 (25%)
Relação com a nutrição	
Sim	75 (41,7%)
Não	105 (58,3%)

Característica	N (%)
Referência científica	
Sim	5 (2,8%)
Não	175 (97,2%)
Nicho da página	
Receitas “fit”	12 (6,7%)
Dicas de alimentação	29 (16,1%)
Emagrecimento	47 (26,1%)
Exercício e nutrição esportiva	22 (12,2%)
Dietas da moda	10 (5,6%)
Nutrição comportamental	12 (6,7%)
Qualidade de vida	34 (18,9%)
Notícias sobre nutrição	8 (4,4%)
Nutrição clínica	6 (3,3%)

Fonte: Dados da pesquisa

A Tabela 3 descreve a comparação da pontuação do DISCERN entre os grupos. Foi identificado que as postagens com maior número de seguidores tiveram qualidade inferior as páginas com menor número $t(178) = 3,23$; $p=0,001$. Contudo, não houve diferença estatística da qualidade de postagens com mais ou menos curtidas $t(178) = -0,43$; $p=0,663$. Postagens que utilizaram a hashtag “nutricionista” tiveram maior qualidade do que as postagens que utilizaram a hashtag “alimentação saudável” e “nutrição” $H(3) = 31,83$; $p<0,001$.

Já as postagens de contas pessoais obtiveram maior qualidade do que as postagens de criadores de conteúdo $t(178) = -7,38$; $p<0,001$. As postagens de contas que tem relação acadêmica com a nutrição obtiveram maior pontuação do DISCERN quando comparadas as de perfis sem relação com a nutrição $U = 1252,00$; $p<0,001$. Além disso, as postagens que fizeram uso de referências bibliográficas tiveram maior pontuação do DISCERN comparadas as postagens que não possuíam referências $t(178) = 6,63$; $p<0,001$. Também houve diferença significativa $F(8, 179) = 15,41$; $p<0,001$ da média da qualidade das postagens entre os diferentes nichos de conteúdo das contas analisadas.

Tabela 3 – Média e desvio-padrão da pontuação de qualidade das postagens relacionadas aos temas alimentação e nutrição do Instagram, segundo diferentes categorias, 2023 (n=180)

Variáveis	DICERN Média (DP)	
Hashtag ¹	Alimentação	15,76 (6,45)
	Alimentação saudável	13,98 (5,59) ^a
	Nutrição	12,40 (4,54) ^b
	Nutricionista	18,42 (4,30) ^{a,b}
Número de seguidores ²	Menos seguidores	16,47 (5,91) ^a
	Mais seguidores	13,78 (5,23) ^a
Número de curtidas ²	Menos curtidas	14,94 (5,50)
	Mais curtidas	15,32 (5,95)
Tipo de conta ²	Pessoal	18,13 (4,31) ^a
	Criador de conteúdo	12,58 (5,56) ^a
Relação com a nutrição ³	Sim	18,60 (3,72) ^a
	Não	12,70 (5,65) ^a
Faz uso de referência ³	Sim	30,20 (5,30) ^a
	Não	14,71 (5,14) ^a
Nicho da página ¹	Receitas “fit”	11,17 (3,30) ^{a,b,c}
	Dicas de alimentação	18,59 (4,44) ^{a,d,e,f}
	Emagrecimento	12,00 (4,22) ^{d,g,h,i}
	Exercício e nutrição esportiva	13,45 (4,64) ^{e,j,l}
	Dietas da moda	12,10 (4,12) ^{f,m,n}
	Nutrição comportamental	19,50 (2,97) ^{b,g,j,m}
	Qualidade de vida	15,12 (5,09)
	Notícias sobre nutrição	28,38 (6,96) ^{c,h,l,m}
	Nutrição clínica	18,67 (2,06) ⁱ

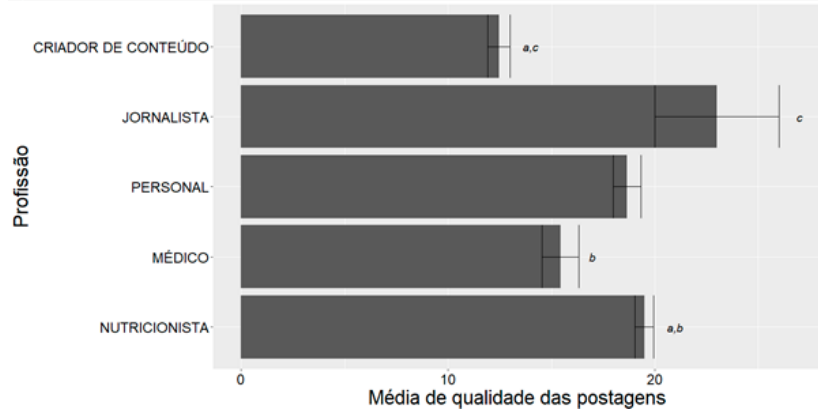
1: Kruskal-Wallis com *post-hoc* de Dunn; 2: Teste t de student; 3: Mann-Whitney.

Fonte: Dados da pesquisa

A Figura 1 demonstra a comparação da pontuação do DISCERN entre as profissões, sendo observado que as publicações realizadas por nutricionistas tiveram maior média da qualidade da postagem

em relação as de médicos e criadores de conteúdo. Além disso, as publicações de jornalistas também apresentaram maior média da qualidade quando comparadas aos criadores de conteúdo.

Figura 1 – Média e desvio-padrão de pontuação da qualidade das postagens relacionadas aos temas alimentação e nutrição do *Instagram*, segundo categoria profissional, 2023 (n=180)



ANOVA com post hoc de Tukey, $F(4,179) = 21,91$; $p < 0,001$. (a) Diferença significativa entre nutricionista e criadores de conteúdo ($19,50 \times 12,47$; $p < 0,001$); (b) Diferença significativa entre nutricionista e médico ($19,50 \times 15,44$; $p = 0,028$); (c) Diferença significativa entre jornalista e criadores de conteúdo ($23,00 \times 12,47$; $p = 0,021$).

Fonte: Dados da pesquisa

4 DISCUSSÃO

Os resultados do estudo sugerem que o conteúdo publicado no *Instagram* é de baixa qualidade, mas que a maior qualidade de postagens ocorreu entre os profissionais nutricionistas e jornalistas, de contas pessoais, que possuíam relação com a nutrição e fizeram uso de referência bibliográficas.

Os achados do presente estudo estão de acordo com Pereira *et al* (2017), que analisou conteúdo sobre nutrição esportiva no *Instagram*. Apesar de não terem analisado a qualidade das postagens, os autores observaram que a maior parte das publicações vieram de criadores de conteúdo sem relação com a nutrição. Esse fato pode indicar um risco devido a veiculação de informações equivocadas e de baixa qualidade sobre alimentação e nutrição vindas de perfis sem domínio na área, como identificado no presente estudo, no qual a maior parte das publicações analisadas foram de baixa qualidade e divulgadas por criadores de conteúdo.

A baixa qualidade nas publicações de saúde não se restringe somente a publicações em língua portuguesa. Em uma pesquisa acerca da qualidade da informação sobre cirurgia bariátrica, houve uma comparação entre sites dos Emirados Árabes e os Estados Unidos da América, em que os sites comer-

ciais e redes sociais apresentaram médias mais baixas de qualidade da informação, enquanto os sites acadêmicos e de profissionais da saúde eram de melhor qualidade (Barajas-Gamboa *et al.*, 2020).

Apesar de postagens de profissionais da saúde apresentarem melhor qualidade global, quando o tema é alimentação e nutrição, o profissional com maior conhecimento para atuar com educação alimentar e nutricional por meio de mídias sociais é o nutricionista. Resultados similares aos do presente estudo foram encontrados por Günalan *et al.* (2022) que avaliaram a qualidade da informação de vídeos relacionados a suplementos esportivos, sendo identificado que grande parte do conteúdo era de baixa qualidade e que vídeos de nutricionistas apresentaram maior qualidade que os demais.

Resultados parecidos foram encontrados no estudo de Benajiba *et al.* (2023). Os autores analisaram a qualidade de postagens em forma de vídeo sobre dieta mediterrânea e identificaram que vídeos publicados por nutricionistas apresentaram maior qualidade que vídeos publicados por chefes de cozinha. Contudo, o presente estudo também demonstrou que jornalistas apresentaram alta qualidade nas postagens sobre alimentação e nutrição. Esse fato pode estar relacionado com a formação do profissional jornalista, que inclui disciplinas acerca da divulgação de informações de qualidade e métodos para consultas de referências baseadas em evidências previamente às publicações (Catalan-Matamoros; Elías, 2020).

Já com relação ao número de seguidores Il *et al.* (2022) observaram que essa métrica é um importante mediador na procura de informações em saúde. Os autores identificaram que o número de seguidores foi positivamente correlacionado com a crença de que as redes sociais são uma fonte segura de informações em saúde, como também que há uma maior probabilidade de compartilhar informações sem checagem prévia se o número de seguidores for maior.

No entanto, em discordância com esse aspecto de percepção do público, o presente estudo mostrou que postagens de páginas com mais seguidores tiveram menor qualidade. Resultados distintos foram identificados no estudo de Denniss *et al.* (2024), os autores demonstraram que o número de seguidores não teve associação com a qualidade das postagens, contudo o engajamento (curtidas e comentários) foi maior em postagens de menor qualidade global ($-0,59$, $p:0,012$), e que esse engajamento pode influenciar o comportamento dos usuários de redes sociais (Denniss *et al.*, 2024).

Nessa perspectiva, um estudo de abordagem qualitativa avaliou as postagens de três influenciadoras digitais com mais de 1,8 milhões de seguidores cada e elevadas métricas de engajamento. Os autores avaliaram 80 publicações sobre alimentação e nutrição e identificaram uma supervalorização da estética e publicidade de marcas e produtos. Os autores por fim concluíram que essas postagens contribuem para influenciar o comportamento do consumidor induzindo a compra de suplementos e produtos estéticos, devido ao seu número de seguidores e capacidade de engajamento (Mota *et al.*, 2019). Esse achado é particularmente preocupante, principalmente, sabendo que o número de seguidores, curtidas e comentários não é determinante para a qualidade das postagens sobre alimentação e nutrição, porém, são variáveis que são percebidas pelo público como parâmetros para difusão de informações de maior credibilidade e qualidade.

Por fim, a respeito do uso de referências bibliográficas, um estudo identificou que apenas 12,6% de publicações no *Instagram* sobre nutrição durante a pandemia de COVID-19 utilizaram referências bibliográficas (Baldoni *et al.*, 2016), se assemelhando aos achados do presente estudo. Tal fato au-

menta a possibilidade de compartilhamento de informações errôneas (ou “Fake News”) para público leigo, visto que as publicações por profissionais qualificados e o uso de citações apesar de fornecem maior qualidade ao conteúdo publicado, são encontradas em menor quantidade e com métricas menores de engajamento do que páginas vinculadoras de *Fake News*.

O que pode influenciar o comportamento em saúde da população, levando ao consumo de alimentos e suplementos sem embasamento científico e impactando de forma direta a ansiedade e estresse da população (Aïmeur *et al.*, 2023; Rocha *et al.*, 2023).

Algumas limitações no presente estudo devem ser apontadas: o desenho transversal com coleta em um período específico que não pode ser generalizado, tendo em vista a dinâmica de compartilhamento de informações das redes sociais; a seleção das postagens foi feita com um número limitado de palavras-chave, sendo a análise não representativa para todas as *hashtags* relacionadas a alimentação e nutrição do *Instagram*. Além disso, apenas as publicações em português foram analisadas e publicações em outras línguas poderiam influenciar o resultado desse estudo.

Sendo assim, são necessários mais estudos que analisem a qualidade das postagens relacionadas a alimentação e nutrição contemplando um período maior de coleta, maior quantidade de *hashtags* e ampliando o idioma, mas dado a importância do tema e relevância dos achados encontrados para a promoção da saúde na população, esse estudo tem o potencial de ser uma investigação piloto para direcionar outros estudos na área.

Apesar das limitações, o presente estudo se destaca por ser o primeiro a analisar a qualidade de postagens relacionadas a nutrição da rede social *Instagram*, uma das mais utilizadas no Brasil, por meio de um instrumento validado. Estudos anteriores que avaliaram a qualidade das postagens em outras redes sociais foram com temática relacionada a nutrição esportiva, nutrição durante a pandemia da COVID-19 e a outras áreas da saúde.

5 CONCLUSÃO

O presente estudo demonstrou que a qualidade das publicações sobre alimentação e nutrição no *Instagram* são, em geral, baixas. No entanto, as publicações realizadas por nutricionistas e jornalistas foram de melhor qualidade que as páginas de criadores de conteúdo. Assim como postagens com menor número de seguidores e curtidas que tiveram maior qualidade. Em contrapartida, páginas sem relação com a nutrição e que não fazem uso de referência apresentaram pior qualidade da informação.

REFERÊNCIAS

AÏMEUR, E. *et al.* Fake news, disinformation and misinformation in social media: a review. **Soc Network Anal Min**, v. 13, n. 1, p. 30, 2023.

ANDRADE, J. C. *et al.* Alimentação saudável no Instagram: rede de hashtags. Brazilian Workshop on Social Network Analysis and Mining (BraSNAM). **Anais [...]**, Sociedade Brasileira de Computação – SBC, 9 jul. 2019.

ANDRADE, R. B.; NEPOMUCENO, C. A. A ciência da nutrição em um mundo sob a influência das redes sociais. **Glob Clin Res J**, v. 2, n. 2, e34, 2022.

BALDONI, N. R. *et al.* Nutrição e Covid-19: Análise de publicações na rede social Instagram. **Braz J Health Pharm**, v. 2, n. 3, p. 68-74, 2016.

BARAJAS-GAMBOA, J. S. *et al.* Quality of information about bariatric surgery on the Internet: a two-continent comparison of website content. **Obesity Surg**, v. 30, n. 5, p. 1736-1744, 2020.

BARBOSA, C.L. **A textualização científica em dois discursos: Jornalismo ou Ciência**. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Universidade Federal do Amazonas, Manaus, AM. 2010.

BENAJIBA, N. *et al.* Video clips of the mediterranean diet on YouTube™ : a social media content analysis. **Am J Health Prom**, v. 37, n. 3, p. 366-374, 2023.

CATALAN-MATAMOROS, D.; ELÍAS, C. Vaccine hesitancy in the age of Coronavirus and fake news: analysis of journalistic sources in the spanish quality press. **Int J Environ Res Publ Health**, v. 17, n. 21, p. 8136, 2020.

CFN – Conselho Federal de Nutricionistas. **Resolução CFN nº 301/2003**. Dispõe sobre critérios para Prescrição Dietética na área de Nutrição Clínica e dá outras providências. Brasília, DF: 2003.

DENNISS, E. *et al.* #Fail: the quality and accuracy of nutrition-related information by influential Australian Instagram accounts. **Int J Behav Nutr Phys Act**, v. 21, n. 16, p. 1-14, 2024.

GÜNALAN, E. *et al.* The Evaluation of videos about Branched-Chain amino acids supplements on YouTube™: a multi-approach study. **Int J Environ Res Publ Health**, v. 19, n. 24, p. 16659, 2022.

II, V. J. *et al.* Immigration status as a determinant of health information-seeking behavior among undergraduates of color at an urban commuter college. **Health Prom Perspec**, v. 12, n. 3, p. 295-300, 2022.

KEMP, S. **Digital 2023 april global statshot report**. Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-april-global-statshot>. Acesso em: 15 mar. 2024.

LOGULLO, P. *et al.* The brazilian portuguese version of the DISCERN instrument: translation procedures and psychometric properties. **Value Health Reg Issues**, v. 20, p. 172-179, 2019.

MOTA, J. J. O. *et al.* Análise de conteúdos de posts sobre alimentação divulgados por influenciadoras digitais na rede social Instagram. **DEMETRA Alim Nutr Saúde**, v. 14, n. e39076, 2019.

PEREIRA, J. A. *et al.* Instagram como ferramenta de aprendizagem colaborativa aplicada ao ensino de química. **Rev Debates Ens Quím**, v. 5, n. 1, p. 119-131, 2019.

PEREIRA, J. P. C. *et al.* Perfil de publicação sobre nutrição esportiva no aplicativo instagram. **Rev Ciên Plural**, v. 3, n. 1, p. 3-11, 2017.

QUALMAN, E. **Socialnomics - como as mídias sociais estão transformando a forma como vivemos e fazemos negócios**. São Paulo: Saraiva, 2011.

ROCHA, Y. M. *et al.* The impact of fake news on social media and its influence on health during the COVID-19 pandemic: a systematic review. **J Publ Health**, v. 31, n. 7, p. 1007-1016, 2023.

WU, Y. *et al.* Social media use, uncertainty, and negative affect in times of pandemic crisis. **Digit Health**, v. 9, 2023.

Recebido em: 3 de Janeiro de 2024

Avaliado em: 9 de Janeiro de 2024

Aceito em: 30 de Março de 2024



A autenticidade desse artigo pode ser conferida no site <https://periodicos.set.edu.br>

1 Nutricionista. Faculdade de Saúde Pública, Universidade de São Paulo. ORCID: <https://orcid.org/0009-0009-2165-7419>. E-mail: gi_nog2002@hotmail.com

2 Nutricionista, Mestre em Ciências da Nutrição. Faculdade de Saúde Pública, Universidade de São Paulo. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2350-0193>. E-mail: costamarcela@usp.br

3 Nutricionista, Mestre em Nutrição em Saúde Pública. Faculdade de Saúde Pública. Universidade de São Paulo. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2492-4569>. E-mail: laisduarte@usp.br

4 Nutricionista, Faculdade de Saúde Pública. Universidade de São Paulo. ORCID: <https://orcid.org/0009-000-0254-4720>. E-mail: laurabertoni@usp.br

5 Nutricionista, Doutora em Ciências dos Alimentos. Programa de Pós-graduação em Ciências da Nutrição, Universidade Federal de Sergipe. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8238-8958>. E-mail: raquel@academico.ufs.br

6 Nutricionista, Doutora em Ciências Biológicas (Biologia Molecular). Programa de Pós-graduação em Nutrição em Saúde Pública, Faculdade de Saúde Pública, Universidade de São Paulo. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4490-9035>. E-mail: rfisberg@usp.br

Copyright (c) 2023 Revista Interfaces Científicas - Saúde e Ambiente



Este trabalho está licenciado sob uma licença Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

