



DESINFORMAÇÃO NUTRICIONAL NA REDE SOCIAL INSTAGRAM: INCIDÊNCIA, IMPACTO NO COMPORTAMENTO ALIMENTAR HUMANO E ESTRATÉGIAS COMUNICACIONAIS PARA SEU COMBATE

Emily Vassoler Martins¹

Palavras-chave:

Desinformação, redes sociais, comportamento alimentar.

RESUMO EXPANDIDO

A *internet* é uma concorrente direta para o jornalismo convencional, apresentando um conceito de “jornalismo novo” (Ramonet, 2015, p. 49). Através dela, não só qualquer indivíduo está apto a acessar materiais informativos e se instruir sobre diversos assuntos sem depender dos meios de comunicação tradicionais noticiarem-nos: segundo Recuero (2009), a rede mundial e as redes sociais permitem que pessoas se conectem de forma que os conteúdos compartilhados podem ser pesquisados, organizados e entregues a quem interesse, circulando com base na percepção de valor pelo público.

A mesma facilidade que permite que usuários comuns se informem através das redes sociais também permite que estes sejam “criadores” de informações, não havendo controle sobre o que é publicado (Guimarães; Cordeiro, 2024; Pereira, 2023; Whitney;

¹ mimrtns@gmail.com

Universidade Federal do Espírito Santo

Rolfes, 2008, p. 29). De acordo com Ramonet (2015, p. 49, 50), com a participação dos “neojornalistas”, há hoje um enriquecimento da informação que não se observava antes.

Apesar dos aspectos positivos que acompanham a expansão da *internet* e das mídias sociais, em plataformas onde qualquer indivíduo pode publicar conteúdos sem que haja controle editorial, não apenas há uma banalização e consequente degradação da profissão do jornalista (Ramonet, 2015, p. 51). As informações de alta qualidade também se mesclam a uma imensa quantidade de informações falsas, incompletas ou adulteradas *online* (Guimarães; Cordeiro, 2024; Pereira, 2023; Ripoll; Morelli Matos, 2017; Whitney; Rolfes, 2008, p. 29).

Frequentemente relacionadas à política, as informações falsas difundidas nas redes sociais não deixam de envolver, também, o campo da saúde e da nutrição. Em concordância com Deram (2018, p. 21, 34), como há grande interesse e procura pelo assunto, é natural que conteúdos sobre alimentação sejam distribuídos *online*, e de tempos em tempos, determinados alimentos e nutrientes são colocados em pedestais enquanto outros são demonizados. Comumente, estes conteúdos baseiam-se no senso comum e em baixo nível de evidência (Brasil, 2016, p. 9), e são capazes de influenciar e alterar as percepções dos indivíduos sobre os alimentos e interferir em seu comportamento alimentar (Carvalho *et al.*, 2024; Deram, 2018, p. 32, 48; Diekman; Ryan; Oliver, 2022; Donat; Pegolo, 2024).

Surgem então as seguintes perguntas: qual a incidência da desinformação nutricional no Instagram? Quais são as estratégias comunicacionais utilizadas para sua disseminação? Como estas inverdades podem impactar no comportamento alimentar? Postagens, incluindo as que estão repletas de inverdades e terrorismo nutricional, afetam e moldam a forma como as pessoas se relacionam com os alimentos? Os indivíduos checam as informações sobre alimentação lidas nessa rede social antes de tomarem-nas como verdades? Quais são as estratégias de comunicação *online* que os nutricionistas utilizam para combater a desinformação em nutrição e o terrorismo nutricional?

Nesse aspecto, o problema se vincula à linha de pesquisa 01 – Comunicação e poder, uma vez que se relaciona à difusão de informação-desinformação em nutrição nas redes sociais, bem como aos seus efeitos na população brasileira, e, ainda, a como a comunicação *online* pode ser usada para combater a desinformação. Além disso, o problema também está fortemente relacionado ao modo como os discursos sobre alimentação nas redes sociais impactam na percepção do alimento, na consciência e no comportamento humano.

Objetivos

Avaliar a incidência de desinformação nutricional na rede social Instagram e seu impacto no comportamento alimentar humano, bem como as estratégias comunicacionais utilizadas para disseminá-las. Analisar, ainda, as estratégias de comunicação *online* utilizadas por nutricionistas para combater esta problemática.

Métodos

Será realizada pesquisa exploratória de abordagem empírica e fenomenológica. A primeira coleta de dados (identificada no cronograma sugerido no presente pré-projeto como “Coleta de dados 1”), que consiste em pesquisa de abordagem empírica, ocorrerá através da análise de cinco hashtags relacionadas à alimentação saudável na rede social Instagram: #nutrição, #alimentaçãosaudável, #emagrecimento, #perderpeso e #dieta, que se fazem presentes em um grande volume de postagens sobre o tema. Através de cada uma destas hashtags, será feita análise das 40 primeiras postagens a estas relacionadas (totalizando 200 postagens).

Desse modo, serão verificadas quantas postagens se baseiam em informações pertinentes ou que não configurem terrorismo nutricional, e quantas postagens se baseiam em informações falsas, duvidosas ou em terrorismo nutricional. Também serão verificadas as estratégias utilizadas para a disseminação destas postagens, e serão analisados os perfis dos autores destas postagens a fim de verificar se estas foram criadas por nutricionistas ou por demais indivíduos não capacitados a falar

sobre o tema.

Posteriormente, será realizada a segunda coleta de dados (identificada no cronograma sugerido no presente pré-projeto como “Coleta de dados 2”), que consiste em pesquisa de abordagem empírica, e ocorrerá através da análise de outras quatro hashtags relacionadas à alimentação saudável na rede social Instagram: #terrorismonutricional, #nutriçãosemterrorismo, #nutricaodeverdade e #nutriçãosemmodismo, comumente presentes em postagens que se opõem às *fake news* e ao terrorismo nutricional. Através de cada uma destas hashtags, serão verificadas as 50 primeiras postagens a estas relacionadas (totalizando 200 postagens).

Desse modo, serão investigadas quantas postagens tem o objetivo de combater o terrorismo nutricional e quais são as estratégias de comunicação utilizadas para tal finalidade (memes, textos informativos, vídeos, dentre outros). Também serão verificadas as estratégias utilizadas para a disseminação destas postagens, e serão analisados os perfis dos autores das postagens a fim de apurar se estas foram criadas por nutricionistas ou por demais indivíduos não capacitados a falar sobre o tema.

Será produzido e aplicado um questionário auto preenchível, desenvolvido através do Google Forms, por meio do qual será realizada a terceira coleta de dados (identificada no cronograma sugerido no presente pré-projeto como Coleta de dados 3). Esta etapa consistirá em uma pesquisa exploratória de abordagem fenomenológica com cidadãos brasileiros que tenham acesso à *internet* e à rede social Instagram, excluindo-se aqueles menores de 18 (dezoito) anos ou que optarem por não participar do estudo.

O questionário visará investigar se os cidadãos têm seu comportamento alimentar influenciado de alguma maneira pelas redes sociais. Através deste será verificado o percentual de cidadãos que têm seu comportamento alimentar influenciado pelo Instagram. Será feita análise estatística dos dados coletados através do programa Microsoft Excel.

Este dado também será relacionado aos que forem coletados através das análises das hashtags, verificando assim como a rede social Instagram impacta no comportamento alimentar humano.

REFERÊNCIAS

CARVALHO, Agnes M. de; CASTRO, Ana C. C. de; SAKAMOTO, Rebeca F.; FREITAS,

Francisca M. N. de O. O impacto das redes sociais na nutrição e na sua relação com transtornos alimentares. **Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação**,

v. 10, n. 10, p. 5294–5307, 29 out. 2024. Disponível em:

<https://periodicorease.pro.br/rease/article/view/16390/>. Acesso em: 02 abr. 2025.

DERAM, Sophie. **O peso das dietas:** Faça as pazes com a comida dizendo não às dietas. 2^a Edição. Rio de Janeiro: Sextante, 2018.

DIEKMAN, Connie; RYAN, Camille D.; OLIVER, Tracy L. Misinformation and Disinformation in Food Science and Nutrition: Impact on Practice. **The Journal of Nutrition**, v. 153, n. 1, dez. 2022. Disponível em:

<https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/36913465/>. Acesso em: 02 abr. 2025.

DONAT, Julia; PEGOLO, Giovana E. Percepções sobre alimentação/nutrição com o uso do Instagram® por mulheres. **Multitemas**, p. 209–231, 3 out. 2024. Disponível em:

<https://www.multitemas.ucdb.br/multitemas/article/view/4364/>. Acesso em 02 abr. 2025.

GUIMARÃES, Thaís; CORDEIRO, Rosa I. O Instagram sob o viés da

desinformação: as hashtags e o compartilhamento de informações na área de Nutrição. **Em Questão**, v. 30, 1 jan. 2024. Disponível em:

<https://www.scielo.br/j/emquestao/a/HLKpyWfqTYgSMtKKCmWM6nf/>. Acesso em: 02 abr. 2025.

PEREIRA, Juliana. Um problema da atualidade-desinformação. **The Trends Hub**, n. 3, 2023. Disponível em: <https://parc.ipp.pt/index.php/trendshub/article/view/5102/>. Acesso em: 03 abr. 2025.

RAMONET, Ignacio. A explosão do jornalismo na era digital. In: MORAES, Dênis de; RAMONET, Ignacio; SERRANO, Pascual. (Orgs.) **Mídia, poder e contrapoder: Da concentração monopólica à democratização da comunicação**. São Paulo: Boitempo Editorial, 2015.

RECUERO, Raquel. Redes Sociais na Internet, Difusão de Informação e Jornalismo: Elementos para discussão. **Metamorfose jornalísticas**, Santa Cruz do Sul, v. 2, p. 37-55, 2009. Disponível em: <http://raquelrecuero.com/artigos/artigoredesjornalismorecuero.pdf> . Acesso em: 03 abr. 2025.

RIPOLL, Leonardo; MORELLI MATOS, José C. Zumbificação da informação: a desinformação e o caos informacional. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, v. 13, p. 2334–2349, 23 dez. 2017. Disponível em: <https://rbbd.febab.org.br/rbbd/article/view/918/>. Acesso em: 02 abr. 2025.

WHITNEY, Ellie; ROLFES, Sharon R. **Nutrição - Volume II: Aplicações**. São Paulo: Cengage Learning, 2008.