

**Percepções sobre alimentação/nutrição com o uso do
Instagram[®] por mulheres**

***Perceptions about food/nutrition through the use of
Instagram[®] by women***

***Percepciones sobre alimentación/nutrición con el uso de
Instagram[®] por mujeres***

Julia Donat¹
Giovana Eliza Pegolo²

¹ Nutricionista pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS). Nutricionista clínica, com ênfase em nutrição bariátrica, comportamental e esportiva. **E-mail:** juh.donat@gmail.com, **Orcid:** <https://orcid.org/0009-0000-2857-3984>

² Doutora em Alimentos e Nutrição pela Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (UNESP). Mestre em Ciências pela Universidade de São Paulo (USP). Docente do Curso de Nutrição e dos Programas de Residência Multiprofissional, Atenção ao Paciente Crítico, Enfermagem Obstétrica, Reabilitação Física e Cuidados Continuados Integrados, do Instituto Integrado de Saúde da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS). Nutricionista. **E-mail:** giovana.pegolo@ufms.br, **Orcid:** <https://orcid.org/0000-0003-2636-2547>

Resumo: As redes sociais proporcionam exposição de informações, com potencial para modificar comportamentos. O objetivo deste estudo foi descrever percepções sobre alimentação/nutrição com o uso do Instagram*. Trata-se de um estudo transversal, com amostra por conveniência, constituída por mulheres de 20 a < 60 anos. Foram investigadas variáveis sociodemográficas, hábitos alimentares relacionados com a rede social e antropometria. Os principais resultados foram: 23% das participantes alegaram seguir perfis sobre nutrição/alimentação todo dia, 25,7% toda semana e 32,7% de 2-3 vezes/mês; 89,4% declararam que a leitura desses conteúdos já motivou a realização de mudanças na alimentação (sempre e/ou de vez em quando), sendo o objetivo com maior percentual de respostas a saúde/qualidade de vida (44,2%); entretanto, o percentual que sempre busca conferir a veracidade das informações restringiu-se a 18,6%; 61,9% relataram que receitas influenciaram esporadicamente o preparo de refeições e 49,5% realizam as refeições sempre com distrações. Conclui-se que o Instagram* representa importante ferramenta para a disseminação de conteúdos sobre nutrição, com devida atenção para a veracidade das informações.

Palavras-chave: comportamento alimentar; Instagram*; promoção da saúde; rede social.

Abstract: Social networks provide exposure of information, with the potential to modify behaviors. The objective of this study was to describe perceptions about food/nutrition using Instagram*. This is a cross-sectional study, with a convenience sample, consisting of women aged 20 to < 60 years. Sociodemographic variables, eating habits related to the social network and anthropometry were investigated. The main results were: 23% of participants claimed to follow nutrition/food profiles every day, 25.7% every week and 32.7% 2-3 times/month; 89.4% declared that reading these contents has already motivated them to make changes in their diet (always and/or from time to time), with the objective with the highest percentage of responses being health/quality of life (44.2%); however, the percentage that always seeks to check the veracity of information was restricted to 18.6%; 61.9% reported that recipes sporadically influenced meal preparation and 49.5% always ate meals with distractions. It is concluded that Instagram* represents an important tool for disseminating content about nutrition, with due attention to the veracity of the information.

Keywords: feeding behavior; health promotion; Instagram*; social networking.

Resumen: Las redes sociales brindan exposición de información, con el potencial de modificar comportamientos. El objetivo de este estudio fue describir las percepciones sobre alimentación/nutrición utilizando Instagram*. Se trata de un estudio transversal, con muestra por conveniencia, constituido por mujeres de 20 a < 60 años. Se investigaron variables sociodemográficas, hábitos alimentarios relacionados con la red social y antropometría. Los principales resultados fueron: el 23% de los participantes afirmó seguir los perfiles nutricionales/alimentarios todos los días, el 25,7% cada semana y el 32,7% 2-3 veces al mes; El 89,4% declaró que la lectura de estos contenidos ya los ha motivado a realizar cambios en su alimentación (siempre y/o cada cierto tiempo), siendo el objetivo con mayor porcentaje de respuestas salud/calidad de vida (44,2%); sin embargo, el porcentaje que siempre busca comprobar la veracidad de la información se restringió al 18,6%; el 61,9% informó que las recetas influyeron esporádicamente en la preparación de las comidas y el 49,5% siempre comía con distracciones. Se concluye que Instagram* representa una herramienta importante para la difusión de contenidos sobre nutrición, prestando la debida atención a la veracidad de la información.

Palabras clave: conducta alimentaria; Instagram*; promoción de la salud; red social.

1 INTRODUÇÃO

As redes sociais surgem, no contexto contemporâneo, como ferramentas inovadoras, de relevância para espaços de mobilização, tomada de decisão e integração. Entre elas, destaca-se a rede social Instagram®, a qual apresenta como principal atividade o compartilhamento de fotos e vídeos entre os usuários, inclusive para a criação de conteúdo e *marketing*, sendo uma das mais utilizadas pela comunidade digital.

Além de proporcionar um meio de socialização virtual entre pessoas de diferentes locais do mundo, a rede social é capaz de fornecer informações e apoio para indivíduos que buscam mudar comportamentos voltados para a saúde, conectando-os com outros perfis que visam objetivos semelhantes. Com isso, essa ferramenta de comunicação se torna amplamente disponível para a disseminação de conteúdos voltados para a alimentação e nutrição.

Sabe-se que o comportamento alimentar reflete interações entre as condições ambientais, fisiológicas e psicológicas de um indivíduo. Dentre as questões relacionadas ao comportamento, destacam-se os hábitos, descritos como comportamentos que as pessoas aprendem e reproduzem com frequência, sem pensar como executá-los, sendo, geralmente, inconscientes. O discurso de mudar os hábitos das pessoas é muito comum, permanecendo o questionamento de como é possível reconstruir algo que é realizado de forma inconsciente e automática. Tendo em vista este conceito, é necessário que, primeiramente, mude-se o comportamento, para que ele possa se tornar um novo hábito.

A relação do ser humano com a alimentação vem sofrendo alterações no decorrer dos anos. As redes sociais também assumem papel importante em tais mudanças, impactando diretamente o comportamento alimentar. Entretanto, nota-se a propagação de informações incorretas e/ou falsas sobre alimentação, bem como a idealização de um padrão de beleza não alcançável para a maioria das pessoas, tornando essencial a presença de nutricionistas, em âmbito digital, para a divulgação de conteúdos verídicos e o atendimento adequado ao indivíduo.

Dessa forma, o presente estudo teve como principal objetivo descrever percepções sobre alimentação/nutrição por mulheres adultas que usam o Instagram®.

2 METODOLOGIA

Trata-se de um estudo transversal (Lopes, 2018), com amostra por conveniência, de mulheres com idades a partir de 20 anos completos até 59 anos, 11 meses e 29 dias. Além da idade, foram considerados como critérios de inclusão: serem acadêmicas de Cursos de Graduação, em qualquer área de conhecimento, da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS) e acesso/uso vigente da rede social Instagram[®]. Este estudo foi aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa em Seres Humanos da UFMS (Certificado de Apresentação de Apreciação Ética 53126021.4.0000.0021 e Parecer 5.265.276). As participantes foram convidadas aleatoriamente e, diante de concordância, solicitou-se a assinatura do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE). Cabe registrar que as participantes foram convidadas presencialmente, de forma individual, e receberam uma via do TCLE, na qual constavam os objetivos e procedimentos da pesquisa. Além disso, tiveram o tempo que julgaram necessário para leitura e reflexão sobre sua participação, bem como puderam esclarecer possíveis dúvidas. As informações foram obtidas por meio de um formulário, desenvolvido pelas pesquisadoras e aplicado individualmente, de março a maio de 2022.

As variáveis investigadas contemplaram informações sociodemográficas, questionamentos sobre hábitos alimentares, uso do Instagram[®] para informações sobre alimentação e estado nutricional atual (antropometria). Foi realizado pré-teste do formulário com 5% da amostra total prevista para o estudo (n =15), a fim de verificar a compreensão dos questionamentos. Não foram necessários ajustes após o pré-teste.

Entre as informações sociodemográficas, foram coletadas as seguintes variáveis: idade; renda média mensal familiar; e número de pessoas dependentes da renda informada, para respectivo cálculo da renda *per capita*.

Para identificar o impacto do uso do Instagram[®] nos hábitos alimentares, foram elaborados 17 questionamentos, os quais contemplaram os seguintes aspectos: seguir perfis com conteúdos relacionados à nutrição e alimentos; leitura e análise das imagens das publicações; reflexão sobre os conteúdos; busca pela veracidade dessas informações em fontes científicas; motivação das publicações ou desmotivação para mudanças de hábitos

alimentares; se mudanças nos hábitos alimentares já foram realizadas a partir da influência desses conteúdos; se tais mudanças apresentaram a exclusão de determinados alimentos; se essas mudanças tinham por objetivo melhorar a saúde e promover maior qualidade de vida; se elas foram baseadas na busca pelo emagrecimento ou por alterações na aparência corporal; quantas refeições eram realizadas diariamente; quais as refeições realizadas com maior frequência; se receitas publicadas influenciavam o preparo de refeições; se as refeições eram realizadas sem distrações e com atenção; e se os conteúdos expostos ajudaram para uma maior atenção ao preparo e tempo dedicado para as refeições. As opções de respostas para cada questionamento constam especificadas na seção resultados.

No que diz respeito ao estado nutricional, analisado por meio de dados antropométricos autorreferidos, foram registradas as medidas de peso e altura, para cálculo do Índice de Massa Corporal (IMC). A classificação dos valores de IMC foi realizada de acordo com os pontos de corte recomendados pela Organização Mundial da Saúde (OMS) e adotados, no Brasil, pelo Ministério da Saúde, a fim de promover a vigilância nutricional em diferentes fases da vida. Para indivíduos adultos (≥ 20 anos e < 60 anos de idade), foram consideradas as seguintes categorias: $\text{IMC} < 18,5 \text{ kg/m}^2$ = baixo peso; $\geq 18,5$ a $< 25 \text{ kg/m}^2$ = adequado ou eutrófico; ≥ 25 a $< 30 \text{ kg/m}^2$ = sobrepeso; e $\geq 30 \text{ kg/m}^2$ = obesidade (Brasil, 2011).

A idade foi apresentada em média e desvio padrão, enquanto as demais variáveis foram apresentadas em frequência absoluta e relativa, segundo as possibilidades de respostas para cada questionamento e para a amostra total.

3 RESULTADOS

Participaram do estudo 113 mulheres, com idade média de $23,1 \pm 4,3$ anos, idade mínima de 20,1 anos e máxima de 56,5 anos. As informações sociodemográficas e do estado nutricional das participantes podem ser observadas na Tabela 1.

Tabela 1 - Distribuição das 113 mulheres, segundo idade, renda média mensal familiar *per capita* e estado nutricional (peso e altura autorreferidos), Campo Grande, Mato Grosso do Sul, 2022

Variáveis	Distribuição n (%)
Idade (em anos)	
≥ 20 anos e < 25 anos	92 (81,4)
≥ 25 anos e < 30 anos	16 (14,2)
≥ 30 anos e < 40 anos	4 (3,5)
≥ 40 anos e < 60 anos	1 (0,9)
Renda média mensal familiar <i>per capita</i> (em Reais)	
< R\$ 200	1 (0,9)
≥ R\$ 200,00 e < R\$ 500,00	18 (15,9)
≥ R\$ 500,00 e < R\$ 1.000,00	31 (27,4)
≥ R\$ 1.000,00 e < R\$ 1.500,00	28 (24,8)
≥ R\$ 1.500,00 e < R\$ 3.000,00	20 (17,7)
≥ R\$ 3.000,00 e < R\$ 5.000,00	9 (8,0)
≥ R\$ 5.000,00	6 (5,3)
Estado nutricional (antropometria)	
Baixo peso (< 18,5 kg/m ²)	8 (7,1)
Eutrofia (≥ 18,5 a < 25 kg/m ²)	72 (63,7)
Sobrepeso (≥ 25 a < 30 kg/m ²)	15 (13,3)
Obesidade (≥ 30 kg/m ²)	8 (7,1)
Não soube informar peso ou altura	10 (8,8)

Nota: Valores expressos em frequência relativa (%) e absoluta (n).

Fonte: elaborada pelas autoras (2024).

Para as variáveis apresentadas acima, destacaram-se os seguintes resultados: 81,4% das mulheres apresentavam idades entre ≥ 20 e < 25 anos, e 27,4% das participantes informaram renda média mensal familiar *per capita* ≥ R\$ 500,00 a < R\$ 1.000,00. Quanto ao estado nutricional, a maioria das mulheres foram classificadas em eutrofia, correspondendo a 63,7% da amostra total (Tabela 1).

Na Tabela 2, são apresentados os resultados sobre o interesse em conteúdos sobre alimentação e nutrição.

Tabela 2 - Aspectos relacionados ao Instagram® quanto ao interesse das participantes (n=113) em perfis que expõem conteúdos sobre nutrição/alimentação, Campo Grande, Mato Grosso do Sul, 2022

Variáveis relacionadas à rede social Instagram® e opções de respostas	Distribuição n (%)
Você costuma seguir perfis do Instagram®, seja profissionais ou não, que expõem conteúdos relacionados à nutrição/alimentação?	
Sim, todo dia	26 (23,0)
Sim, toda semana	29 (25,7)
Sim, de vez em quando (2 a 3 vezes por mês)	37 (32,7)
Não	21 (18,6)
Não sei responder	0 (0,0)
Não quero responder	0 (0,0)
Você costuma ler e/ou analisar as imagens das publicações (incluindo <i>feed</i> e <i>story</i>) expostas pelos perfis anteriormente citados, relacionadas à nutrição/alimentação?	
Sim, sempre que vejo	47 (41,6)
Sim, de vez em quando	52 (46,0)
Não, nunca chamam atenção	13 (11,5)
Não sei responder	1 (0,9)
Não quero responder	0 (0,0)
Esses conteúdos, relacionados à nutrição/alimentação, expostos por esses perfis, já fizeram você refletir sobre seus hábitos alimentares?	
Sim, sempre reflito	47 (41,6)
Sim, de vez em quando reflito	57 (50,4)
Não reflito	9 (8,0)
Não sei responder	0 (0,0)
Não quero responder	0 (0,0)
Você costuma avaliar se os conteúdos expostos, relacionados à nutrição/alimentação, são verdadeiros e apresentam informações reais, realizando buscas em fontes científicas?	
Sim, sempre busco conferir em fontes científicas ou com profissionais	21 (18,6)
Sim, de vez em quando busco conferir em fontes científicas	48 (42,5)
Não busco conferir	43 (38,0)
Não sei responder	1 (0,9)
Não quero responder	0 (0,0)

Variáveis relacionadas à rede social Instagram® e opções de respostas	Distribuição n (%)
Você sente que esses conteúdos expostos, relacionados à nutrição/alimentação, deixam você motivada a praticar mudanças em seus hábitos alimentares?	
Sim, sempre me motivam	35 (31,0)
Sim, de vez em quando me motivam	66 (58,4)
Não, nunca me motivam	11 (9,7)
Não sei responder	1 (0,9)
Não quero responder	0 (0,0)
Você sente que esses conteúdos expostos, relacionados à nutrição/alimentação, deixam você desmotivada a praticar mudanças em seus hábitos alimentares?	
Sim, sempre me sinto desmotivada	2 (1,8)
Sim, de vez em quando me sinto desmotivada	33 (29,2)
Não, nunca me sinto desmotivada	73 (64,6)
Não sei responder	5 (4,4)
Não quero responder	0 (0,0)

Nota: Valores expressos em frequência relativa (%) e absoluta (n).

Fonte: elaborada pelas autoras (2024).

Os principais resultados, no tocante ao interesse em conteúdos sobre alimentação e nutrição, apresentados na Tabela 2, foram: 23% das participantes seguem perfis que expõem conteúdos de nutrição/alimentação todos os dias; 46% e 41,6% relataram que costumam ler e/ou analisar as imagens das publicações de vez em quando e sempre que veem, respectivamente; 41,6% alegaram que conteúdos relacionados com nutrição/alimentação sempre as fizeram refletir sobre os hábitos alimentares, porém apenas 18,6% informaram que sempre buscam conferir se estes conteúdos expostos são verdadeiros por meio de buscas em fontes científicas, enquanto 38% referiram não buscar conferir conteúdos. Em relação à motivação decorrente destes conteúdos, 31% indicaram que sempre se sentem motivadas e 58,4% relataram que as deixam motivadas a praticar mudanças em seus hábitos alimentares de vez em quando. Por outro lado, 29,2% se sentem desmotivadas (de vez em quando) a praticar tais mudanças.

A distribuição das respostas sobre as mudanças de hábitos alimentares diante de conteúdos expostos no Instagram® segue apresentada na Tabela 3.

Tabela 3 - Respostas das participantes (n=113) relacionadas às mudanças em hábitos alimentares diante de conteúdos sobre nutrição/alimentação expostos pelos perfis do Instagram®, Campo Grande, Mato Grosso do Sul, 2022

Variáveis relacionadas à rede social Instagram® e opções de respostas	Distribuição n (%)
Na sua percepção individual, você já realizou alguma mudança em seus hábitos alimentares a partir da influência do conteúdo sobre nutrição/alimentação expostos por esses perfis?	
Sim, várias mudanças	31 (27,4)
Sim, poucas mudanças	58 (51,3)
Não, nenhuma mudança	23 (20,3)
Não sei responder	1 (0,9)
Não quero responder	0 (0,0)
Essas mudanças, citadas na pergunta anterior, apresentam a exclusão de determinados alimentos a partir da influência dos conteúdos sobre nutrição/alimentação expostos por esses perfis?	
Nunca realizei mudanças voltadas para alimentação por influência destes conteúdos	18 (15,9)
Sim, em todas as mudanças houve a exclusão de determinados alimentos	11 (9,7)
Sim, em algumas mudanças houve a exclusão de determinados alimentos	48 (42,5)
Não, nunca houve a exclusão de determinados alimentos	35 (31,0)
Não sei responder	1 (0,9)
Não quero responder	0 (0,0)
Se você já se sentiu influenciada por conteúdos relacionados à nutrição/alimentação, expostos por esses perfis, e promoveu mudanças em seus hábitos alimentares, essas mudanças tinham por objetivo melhorar a sua saúde e promover maior qualidade de vida?	
Nunca realizei mudanças voltadas para alimentação por influência destes conteúdos	13 (11,5)
Sim, sempre o objetivo foi saúde e qualidade de vida	50 (44,2)
Sim, de vez em quando o objetivo foi a saúde e qualidade de vida	42 (37,2)
Não, nunca o objetivo foi a saúde e qualidade de vida	8 (7,1)
Não sei responder	0 (0,0)
Não quero responder	0 (0,0)

Variáveis relacionadas à rede social Instagram® e opções de respostas	Distribuição n (%)
Se você já se sentiu influenciada por conteúdos relacionados à nutrição/alimentação, expostos por esses perfis, e promoveu mudanças em seus hábitos alimentares, essas mudanças tinham por objetivo promover emagrecimento?	
Nunca realizei mudanças na alimentação por influência destes conteúdos	14 (12,4)
Sim, sempre o objetivo foi o emagrecimento	23 (20,3)
Sim, de vez em quando o objetivo foi o emagrecimento	37 (32,7)
Não, nunca o objetivo foi o emagrecimento	39 (34,5)
Não sei responder	0 (0,0)
Não quero responder	0 (0,0)
Se você já se sentiu influenciada por conteúdos relacionados à nutrição/alimentação, expostos por esses perfis, e promoveu mudanças em seus hábitos alimentares, essas mudanças tinham por objetivo promover algum tipo de mudança estética relacionada com sua aparência corporal?	
Nunca realizei mudanças na alimentação por influência destes conteúdos	15 (13,3)
Sim, sempre o objetivo foi alterações na aparência corporal	30 (26,5)
Sim, de vez e quando o objetivo foi alterações na aparência corporal	51 (45,1)
Não, nunca o objetivo foi alterações na aparência corporal	15 (13,3)
Não sei responder	2 (1,8)
Não quero responder	0 (0,0)

Nota: Valores expressos em frequência relativa (%) e absoluta (n).

Fonte: elaborada pelas autoras (2024).

Dentre os resultados sobre as mudanças em hábitos alimentares, destacaram-se: 27,4% relataram já terem realizado várias mudanças a partir da influência de conteúdos sobre nutrição/alimentação; destas mudanças, 42,5% alegaram que, algumas vezes, houve a exclusão de determinados alimentos e para 9,7%, em todas as mudanças houve a exclusão de determinados alimentos; 44,2% reportaram que o objetivo, diante dessas mudanças, sempre foi a saúde e qualidade de vida; 20,3% sempre tinham por objetivo promover emagrecimento, e, para 26,5%, o objetivo sempre envolvia alterações na aparência corporal (Tabela 3).

Sobre o número de refeições e as refeições realizadas por dia, os resultados constam na Tabela 4.

Tabela 4 - Quantidade e refeições realizadas com maior frequência por mulheres universitárias (n=113), Campo Grande, Mato Grosso do Sul, 2022

Número e tipos de refeições	Distribuição n (%)
Considerando sua rotina de alimentação, quantas refeições por dia você costuma realizar?	
1	0 (0,0)
2	13 (11,5)
3	31 (27,4)
4	33 (29,2)
5	22 (19,5)
6	5 (4,4)
Mais de 6 refeições	0 (0,0)
Não sei responder	3 (2,6)
Não quero responder	1 (0,9)
Cada dia um número diferente de refeições	5 (4,4)
Tendo em vista a resposta anterior, quais refeições você realiza com maior frequência?	
Café da manhã	59 (52,2)
Lanche da manhã	23 (20,3)
Almoço	101 (89,4)
Lanche da tarde	51 (45,1)
Jantar	88 (77,9)
Ceia	7 (6,2)

Nota: Valores expressos em frequência relativa (%) e absoluta (n).

Fonte: elaborada pelas autoras (2024).

Considerando a rotina de alimentação das participantes e a quantidade de refeições realizadas por dia, as principais frequências foram: 4 refeições (29,2%) e 3 refeições (27,4%). Dentre as refeições realizadas com assiduidade, destacou-se a realização do almoço, por 89,4% das participantes, do jantar, por 77,9% e do café da manhã, por 52,2% (Tabela 4).

A Tabela 5, apresentada a seguir, pontua a influência do Instagram® na forma de preparo, realização e dedicação à alimentação das participantes.

Tabela 5 - Aspectos relacionados com a influência que os perfis do Instagram[®] apresentam na forma de preparo, realização e dedicação à alimentação das participantes (n=113), Campo Grande, Mato Grosso do Sul, 2022

Variáveis relacionadas à rede social Instagram [®] e opções de respostas	Distribuição n (%)
Você acredita que as receitas publicadas no Instagram[®] influenciam o preparo das suas refeições?	
Sim, contudo, esporadicamente	70 (61,9)
Sim, semanalmente	10 (8,8)
Sim, diariamente	9 (8,0)
Não, nunca preparei nenhuma receita divulgada no Instagram [®]	20 (17,7)
Não sei responder	4 (3,5)
Não quero responder	0 (0,0)
Você costuma realizar, no sentido de ingerir/comer, as refeições sem ter outras distrações por perto, como celulares, televisão, livros e outros?	
Sim, sempre realizo as refeições sem outras distrações	13 (11,5)
Sim, somente de vez em quando realizo refeições com outras distrações	43 (38,0)
Não, sempre realizo as refeições com outras distrações por perto	56 (49,5)
Não sei responder	1 (0,9)
Não quero responder	0 (0,0)
Quando você realiza suas refeições, você dedica atenção a esse momento ou come rapidamente, sem se atentar para a mastigação e para o próprio alimento ingerido?	
Sempre costumo dedicar atenção	8 (7,1)
Na maioria das vezes costumo dedicar atenção	46 (40,7)
Na maioria das vezes não costumo dedicar atenção	47 (41,6)
Não costumo dedicar atenção	12 (10,6)
Não sei responder	0 (0,0)
Não quero responder	0 (0,0)
Você considera que os conteúdos sobre alimentação e nutrição expostos no Instagram[®] ajudaram você a dar mais atenção para a sua alimentação, em fatores como o preparo das refeições e o tempo para a realização das mesmas?	
Sim, passei a dar mais atenção a minha alimentação após visualizar conteúdos somente no Instagram [®]	8 (7,1)
Sim, embora esses conteúdos expostos no Instagram [®] não tenham sido a única fonte de inspiração, foram essenciais para a atenção a minha alimentação	61 (54,0)

Variáveis relacionadas à rede social Instagram® e opções de repostas	Distribuição n (%)
Não, as mudanças nos meus hábitos alimentares foram inspiradas de outra forma, não pela exposição de conteúdos no Instagram®	31 (27,4)
Não, nunca realizei mudanças nesses fatores	11 (9,7)
Não sei responder	2 (1,8)
Não quero responder	0

Nota: Valores expressos em frequência relativa (%) e absoluta (n).

Fonte: elaborada pelas autoras (2024).

Conforme é possível constatar, 61,9% das participantes relataram que as receitas influenciavam o preparo de suas refeições esporadicamente, ao passo que 17,7% alegaram que nunca preparavam nenhuma receita. Além disso, 49,5% referiram que sempre realizavam as refeições com outras distrações por perto. Ainda, 41,6% relataram que, na maioria das vezes, não costumavam dedicar atenção ao momento da refeição, não se atentando para mastigação e para o próprio alimento ingerido. Já, 40,7% destacaram que, na maioria das vezes, costumavam dedicar atenção. Por fim, 54% consideravam que os conteúdos sobre nutrição/alimentação auxiliavam a dar mais atenção para fatores como o preparo das refeições e o tempo dedicado para a realização delas, embora esses conteúdos não tenham sido a única fonte de inspiração (Tabela 5).

4 DISCUSSÃO

Nosso estudo teve como objetivo principal descrever como as informações sobre alimentação/nutrição publicadas no Instagram® impactam as percepções sobre hábitos alimentares de mulheres adultas, tendo em vista a expansão desta forma de divulgação de conteúdos sobre o tema citado, o que pode representar um impacto positivo ou não para a saúde. Os resultados mostraram que cerca de metade das participantes seguem perfis que expõem conteúdos sobre alimentação/nutrição com frequência diária ou toda semana; contudo, a frequência com que esses conteúdos são lidos e/ou analisados indicou duas vertentes, pois, ao passo que 41,6% relataram que apresentavam tal conduta sempre que viam, 46% informaram

leitura/análise apenas de vez em quando. Ainda assim, é possível registrar expressivo interesse pelo tema. A influência a partir das publicações pode repercutir de diferentes formas, seja na quantidade, seja na qualidade, seja na diversidade da alimentação. Entretanto, observou-se que o percentual de participantes que sempre buscavam conferir se as informações publicadas eram verídicas restringiu-se a 18,6%, o que pode representar risco à saúde diante de conteúdos sem embasamento científico.

Estudo realizado por Oliveira, Orsi e Ribeiro (2019) confirmou intensa veiculação de conteúdos/informações sobre alimentação e nutrição na rede social Instagram®, acompanhada de interesse do público, constatado por curtidas e comentários nas postagens analisadas. Os principais resultados apontaram que 71,1% das postagens analisadas apresentaram fundamentação científica, porém, 28,9% indicaram conteúdo com sustentação técnica insuficiente, os quais ascenderam preocupação quanto à veracidade dos conteúdos. Também, parte das publicações apresentaram-se vinculadas com publicidade e/ou apelo publicitário e respaldo científico comprometido, observado, principalmente, em perfis de profissionais não atuantes na área da saúde. Nesse caso, tais publicações propagavam informações sobre alimentação, saúde, modismos e incentivo ao uso de produtos, sendo que 64,4% das informações sobre o assunto estavam vinculadas com publicidade/apelo publicitário. O vínculo com publicidade influenciou negativamente a confiabilidade, pois somente 54,1% dessas postagens com apelo publicitário apresentavam-se cientificamente embasadas, enquanto 90,6% das postagens sem publicidade mostraram-se baseadas em evidências científicas.

Diante ao exposto, enfatizamos a importância da análise crítica das informações veiculadas, o que, para parte expressiva da população, configura-se como uma atitude complexa, devido ao respaldo científico envolvido e/ou mesmo por dificuldade de compreensão, de tempo disponível para a análise e dificuldade de adequação à própria condição de saúde e ao biotipo corporal. Ainda, cabe mencionar possíveis fragilidades e angústias relacionadas principalmente com questões estéticas ou de patologias relacionadas com a alimentação, as quais podem potencializar o risco de que informações superficiais ou mesmo distorcidas e/ou não pautadas em evidências científicas se perpetuem, agravadas em situações nas quais o

indivíduo não apresenta acesso ou não terá oportunidade de atendimento nutricional.

Outro fato associado com a veiculação de informações pelas diversas mídias refere-se à divulgação de dietas caracterizadas como modismos e comumente representadas por restrições alimentares. Segundo Passos, Vasconcellos-Silva e Santos (2020), essas tendem a retratar a construção de um corpo tido como ideal e padronizado nas imagens de celebridades. Somado a isso, ressaltamos o imediatismo, por resultados rápidos e satisfatórios, preferencialmente de forma prática e sem muito esforço, em que a falta de conhecimento pode acarretar prejuízos à saúde, bem como frustrações decorrentes da insustentabilidade das condutas indicadas. Assim, a análise crítica das informações compartilhadas em redes sociais torna-se ainda mais imprescindível, complementada pela constatação de que, na presente amostra, parcela considerável de mulheres (27,4%) declararam alguma mudança em seus hábitos a partir da influência de conteúdos expostos nos perfis sobre alimentação/nutrição.

Neste estudo, observou-se idade média de 23,1±4,3 anos, fato justificado pelo número mais abundante de jovens nas universidades, porém, não significa que mulheres com maior idade não usem redes sociais e/ou não sofram os mesmos riscos associados à alimentação, saúde e estética, o que também pode acontecer com adolescentes e/ou com crianças. Sabe-se que indivíduos mais jovens tendem a estar mais expostos aos efeitos destas influências, especialmente diante da insatisfação corporal, coagidos pelo desejo de um corpo perfeito, o que leva a sentimentos de angústia, sofrimento e frustração, e maior risco de transtornos (Bittar; Soares, 2020). Independentemente da idade, salienta-se a possibilidade de insatisfações ao longo da vida, notadamente intensificadas por tais informações sobre alimentação/nutrição e padrões estéticos, ultrapassando os aspectos nutricionais, culturais, genéticos e de saúde.

No que diz respeito às mudanças realizadas, 52,2% da amostra relataram frequente exclusão de alimentos, o que pode caracterizar uma restrição não associada a algum fundamento científico e/ou não decorrente de patologias que indiquem esta conduta. Ao serem questionadas sobre mudanças alimentares com o intuito de melhorar a saúde e a qualidade de

vida, a maior parte das respostas foi afirmativa; entretanto, cabe registrar a possibilidade da associação com a saúde por considerarem a resposta correta e, assim, evitarem certa exposição, por acreditarem que aquela seja a resposta esperada. Por outro lado, cerca de um quinto das mulheres relataram que as mudanças alimentares realizadas sempre tinham como objetivo emagrecimento ou alterações na aparência corporal. De acordo com Nunes *et al.* (2022), as dietas restritivas incluem a abstenção parcial ou total da ingestão de determinados alimentos e, conseqüentemente, nutrientes, comportamento que se torna insustentável, levando a consequências psicológicas, emocionais, físicas e clínicas, presentes em indivíduos que buscam o corpo ideal.

No que se refere à busca por alterações na aparência corporal, ou seja, pelo corpo considerado como ideal, para Moraes, Santos e Leonidas (2021), as mídias sociais, além de influenciarem o comportamento alimentar, podem afetar a saúde mental de forma prevalentemente negativa, uma vez que os padrões corporais propagados pelas redes sociais passam a ser internalizados, e isso signifique sofrimento pela insatisfação de não alcançar o corpo desejado.

Em um estudo realizado exclusivamente com mulheres com idades entre 18 e 55 anos, usuárias de redes sociais, constatou-se que as dicas e dietas da moda relacionaram-se a situações negativas quanto ao comportamento alimentar. Os resultados indicaram que 44% informaram sentir culpa ao alimentar-se; 74% sentiam que seus corpos eram insatisfatórios em comparação aos corpos de influenciadores; e 67% relataram modificações de hábitos alimentares. Com isso, sentimentos como angústia, de incapacidade de alcançar o corpo vislumbrado e de manter-se fora do padrão podem associar-se com a insatisfação corporal e alteração alimentar, possivelmente conduzindo ao desenvolvimento de transtornos alimentares (Esteves; Veras; Santos, 2022). A partir de um estudo de revisão de literatura, Nunes *et al.* (2022) também retrataram que as redes sociais aumentaram a insatisfação das mulheres com seus corpos, o que se relaciona com alterações no comportamento alimentar.

Vale ressaltar que a insatisfação associada com a imagem corporal, compreendida como uma possível situação decorrente da influência de

postagens sobre alimentação/nutrição/padrão estético, e que, por sua vez, pode repercutir no desenvolvimento de transtornos alimentares, manifestando-se de forma mais prevalente entre as mulheres, fato que motivou a seleção de amostra exclusivamente de mulheres em nosso estudo. Porém, sua ocorrência em homens não deve ser desconsiderada. A fim de elucidar a ocorrência por sexo, estudo realizado com 447 universitários, com idade média de 24,3 anos, evidenciou comportamentos alimentares de risco para transtornos alimentares com frequência de 39,9% entre as mulheres e de 15,5% entre os homens (Vieira; Rocha; Souza, 2023).

Segundo Silva e Moreira (2022), no Instagram® podem ser identificadas informações consideradas como gatilhos para o desenvolvimento de transtornos alimentares, o que imprime a necessidade de conscientização de influenciadores e criadores de conteúdos quanto a sua responsabilidade social. De outra forma, podem contribuir para confrontar o padrão de corpo perfeito e estimular pensamentos críticos sobre conteúdos consumidos nas redes sociais, particularmente entre os adolescentes.

Para Lima e Silva (2021), mesmo diante do aumento de perfis com modelos de corpos com os quais a maioria das mulheres se identifica, existe substancial volume de imagens que enfatizam corpos magros, que podem acarretar o adoecimento de mulheres, comumente acometidas por baixa autoestima e percepção corporal distorcida, ou seja, com fatores de risco para os transtornos alimentares.

Em contraponto ao corpo magro, notadamente expresso nas redes sociais, torna-se pertinente retratar o perfil do estado nutricional da população brasileira. Os resultados apontados pela pesquisa Vigilância de Fatores de Risco e Proteção para Doenças Crônicas por Inquérito Telefônico (Vigitel), a partir de dados coletados em 2022 e com amostra representativa de todo o território nacional, constatou, em mulheres de 18 a 65 anos ou mais, 59,6% e 24,8%, respectivamente, de excesso de peso (sobrepeso) e obesidade. Para a faixa etária de 18 a 24 anos, exclusivamente para mulheres, a qual contempla as idades com maior prevalência em nosso estudo, os percentuais foram de 36,2% para sobrepeso e 11,8% para obesidade (Brasil, 2023). Na amostra investigada, a maior frequência foi de eutrofia, fator positivo para o cuidado em saúde. Entretanto, sabe-se que apenas o IMC não é o suficiente para

garantir saudabilidade, pois a avaliação de peso e altura limita a análise da composição corporal, por não distinguir a proporção entre a massa gorda e a massa livre de gordura (Nakashima; Munhoz; Anjos, 2020). Além disso, é pertinente registrar também a constatação de mulheres, jovens, com sobrepeso ou obesidade, condição que pode se manter ao longo dos anos e repercutir com agravos à saúde.

Em nosso estudo, notamos também que almoço, jantar e café da manhã caracterizam as refeições realizadas com maior frequência, identificadas como as grandes refeições, sendo que realizar 3 ou 4 refeições diárias é o mais comum, número que pode ser adequado quando engloba alimentos saudáveis, com boa distribuição de nutrientes e que garantam o aporte calórico necessário. Entretanto, chama atenção o percentual de participantes que declarou realizar as refeições sempre com outras distrações, como celulares, televisão, livros e outros, alcançando 49,5% das respostas. Com isso, destaca-se o uso das redes sociais em momentos que deveriam ser destinados exclusivamente para a alimentação, refletindo um cuidado com a saúde. Nesse sentido, a utilização das telas, de forma geral, é uma influência negativa para a comensalidade, o diálogo e a interação entre as pessoas e no local onde são realizadas as refeições, predispondo um deslocamento do ambiente destinado para a alimentação para locais nos quais há a presença de equipamentos, como a televisão ou mesmo o celular. Outro aspecto investigado em nossa amostra refere-se à atenção no momento das refeições. Parte expressiva da amostra informou que, na maioria das vezes, não costuma dedicar atenção ao momento de realizar a refeição, alimentando-se rapidamente, sem se atentar para a mastigação e o alimento.

O ato de comer em companhia, sem distrações, é influenciado por diferentes fatores, entre os quais se destacam a escassez de tempo para o preparo das refeições e a individualização das práticas que envolvem a alimentação. Esta situação contribui para alterações no padrão alimentar da população, a qual passa a priorizar alimentos industrializados prontos para o consumo, principalmente os ultraprocessados, representando grande preocupação para a saúde dos indivíduos, uma vez que há relação entre alimentação inadequada e o desenvolvimento de Doenças Crônicas Não Transmissíveis (Melo *et al.*, 2021).

Por fim, a maioria das participantes respondeu que receitas publicadas no Instagram® influenciaram o preparo das suas refeições, e, ainda que conteúdos sobre alimentação/nutrição não tenham sido a única fonte de inspiração, foram essenciais para a atenção com a alimentação. Tal descrição indica que, embora existam os aspectos voltados para a aparência corporal, o Instagram® representa um meio favorável para a disseminação de conteúdos e informações, de forma simples e prática, voltadas para alimentação e nutrição. Novamente, destaca-se a importância de garantir a veracidade dos conteúdos.

Diante ao exposto, Silva e Pires (2019) pontuaram que as informações voltadas para a alimentação são intensamente publicadas por pessoas não habilitadas para tal função, resultando na divulgação de *fake news* capazes de influenciar milhares de pessoas, com imagens de corpos magros e perfeitos, dietas da moda e glamorização de dietas, ou seja, com influência negativa ao comportamento alimentar, principalmente para o público feminino.

Para Nunes *et al.* (2022), o nutricionista deve estar presente nas redes sociais, trazendo conteúdos verídicos sobre nutrição, com o intuito de estimular a população à adesão a uma alimentação saudável e equilibrada, desconstruindo o padrão de beleza imposto. Também, conforme Oliveira, Orsi e Ribeiro (2019), cabe ao nutricionista manter-se atento ao tipo de informação disponibilizada e, continuamente, enfatizar sua atuação profissional pautada em rigor técnico.

Com base nos artigos 53, 54 e 55 do Código de Ética e de conduta do nutricionista, Resolução nº 599, de 25 de fevereiro de 2018 (Conselho Federal de Nutricionistas, 2018), o nutricionista tem o direito de utilizar os meios de comunicação e informação para divulgação de sua qualificação profissional, de técnicas, métodos, protocolos, diretrizes e benefícios de uma alimentação para indivíduos ou coletividades saudáveis ou em situações de agravo à saúde, bem como tem o dever de, ao compartilhar informações sobre alimentação e nutrição nestes meios, ter como principal objetivo a promoção da saúde e a Educação Alimentar e Nutricional, de forma crítica e com respaldo técnico-científico. Também deve salientar que os resultados podem não ocorrer da mesma forma para todos.

Observa-se, na literatura, escassez de estudos que retratem a influência específica do Instagram® nos hábitos alimentares de mulheres e na

população brasileira. Portanto, intensifica-se a importância de pesquisas que busquem abordar este tema, justificada pela expansão das redes sociais no cotidiano da população em todas as faixas etárias e a persuasão que elas podem exercer sob o comportamento alimentar dos usuários e, consequentemente, de possíveis agravos à saúde. Por outro lado, compreende-se que a divulgação de informações técnicas sobre alimentação e nutrição, pautadas em evidências científicas, contextualizadas principalmente com as diversas realidades patológicas, sociais, econômicas e emocionais, representa ampla possibilidade de mobilização/motivação, ou mesmo um ponto de partida para a adoção de cuidados com a saúde para um número considerável de pessoas.

A ausência de um questionário validado no que diz respeito à percepção do uso do Instagram[®] e às repercussões alimentares e de saúde representa uma limitação; mesmo assim, o presente estudo apresenta concepções essenciais para o embasamento de discussões e posicionamentos sobre os impactos das redes sociais para a sociedade. Tal limitação também foi indicada em estudo realizado com estudantes da área da saúde (Santos; Fernandes; Masquio, 2023). Além disso, cabe registrar que investigações a respeito da influência da referida rede social na alimentação, na nutrição, na saúde e no risco de desenvolvimento de doenças devem contemplar também homens e adolescentes, estes últimos por conta do intenso processo de formação de comportamentos alimentares, os quais podem se manter ao longo da vida.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em nosso estudo, as entrevistadas apresentaram interesse em seguir perfis que expõem conteúdos voltados para alimentação e nutrição, entretanto, nota-se que a verificação das informações em fontes científicas, para garantir a veracidade, é reduzida, podendo trazer consequências negativas para o comportamento alimentar das usuárias. Observa-se motivação para mudanças de hábitos alimentares decorrentes de publicações nesta rede social, ressaltando como principal objetivo a saúde e qualidade de vida, mas sem ignorar o percentual que, a partir destas mudanças, buscou emagrecimento e alterações na aparência corporal, bem como a parcela que alegou já ter realizado a exclusão de alimentos.

Conclui-se que o Instagram® se coloca como importante ferramenta para disseminação de conteúdos voltados para alimentação e nutrição que apresentem como propósito incentivar as usuárias a praticar hábitos alimentares saudáveis, como forma de promover saúde. Contudo, destaca-se a importância de conferir a veracidade destas informações, evitando o desequilíbrio da alimentação e, conseqüentemente, o desenvolvimento de transtornos alimentares.

A partir disto, ressalta-se a importância da presença do profissional nutricionista nestes meios de comunicação, aliando conhecimentos e experiências práticas para trazer informações de qualidade ao público e estimular, de forma harmônica e segura, a mudança de hábitos alimentares, quando necessário.

O presente trabalho foi realizado com apoio da Fundação Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS), Brasil.

REFERÊNCIAS

BITTAR, C.; SOARES, A. Mídia e comportamento alimentar na adolescência. *Cadernos Brasileiros de Terapia Ocupacional*, São Paulo, v. 28, n. 1, p. 291-308, jan./mar. 2020.

BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria de Vigilância em Saúde. Departamento de Análise em Saúde e Vigilância de Doenças Não Transmissíveis. *Vigitel Brasil 2023: vigilância de fatores de risco e proteção para doenças crônicas por inquérito telefônico: estimativas sobre frequência e distribuição sociodemográfica de fatores de risco e proteção para doenças crônicas nas capitais dos 26 estados brasileiros e no Distrito Federal em 2023*. Brasília, DF: Ministério da Saúde, 2023.

BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria de Atenção à Saúde. Departamento de Atenção Básica. *Orientações para a coleta e análise de dados antropométricos em serviços de saúde - Norma Técnica do Sistema de Vigilância Alimentar e Nutricional – SISVAN*. Brasília, DF: Ministério da Saúde, 2011.

CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS. *Resolução CFN n. 599*, de 25 de fevereiro de 2018. Código de Ética e de Conduta do Nutricionista. Brasília, DF: cfn2018. Disponível em: <https://www.cfn.org.br/wp-content/uploads/2018/04/codigo-de-etica.pdf>. Acesso em: 13 jan. 2024.

ESTEVES, N. O.; VERAS, R. S.; SANTOS, A. C. C. P. Redes sociais: o impacto de

influenciadores brasileiros no comportamento alimentar de mulheres. *Research, Society and Development*, Vargem Grande Paulista, v. 11, n. 8, p. 1-11, jan. 2022.

LIMA, G. C. J.; SILVA, L. M. Relações entre corpo, mídia e saúde mental: significações de corpos midiáticos no Instagram. *Revista Família, Ciclos de Vida e Saúde no Contexto Social*, Uberaba, v. 9, supl. 2, p. 786-97, jul./set. 2021.

LOPES, M. V. O. Desenhos de pesquisa em epidemiologia. In: ROUQUAYROL, M. Z.; SILVA, M. G. C. da. *Rouquayrol: epidemiologia & saúde*. 8. ed. Rio de Janeiro: Medbook, 2018. p. 117-27.

MELO, M. T. S. M.; MOURA, A. C. C.; SANTOS, G. M.; SILVA, B. L. S.; SILVA, B. B. M.; NUNES, I. F. O. C.; OLIVEIRA, A. R. S.; MARTINS, L. M.; BARRETO, S. C. S.; LUZ, L. C. X.; SOUSA, P. V. L.; CARVALHO, C. M. R. G. A influência da modernidade no comportamento alimentar: uma revisão. *Research, Society and Development*, Vargem Grande Paulista, v. 10, n. 5, p. 1-13, maio 2021.

MORAES, R. B.; SANTOS, M. A.; LEONIDAS, C. Repercussões do acesso às redes sociais em pessoas com diagnóstico de anorexia nervosa. *Estudos e Pesquisas em Psicologia*, Rio de Janeiro, v. 21, n. 3, p. 1178-199, set./dez. 2021.

NAKASHIMA, M. K.; MUNHOZ, M. P.; ANJOS, J. C. Comparação da eficácia entre métodos de avaliação da composição corporal Relative Fat Mass (RFM) e Índice de Massa Corporal (IMC). *Revista Saúde UniToledo*, Araçatuba, v. 4, n. 1, p. 27-40, jul. 2020.

NUNES, L. B.; MASCARENHAS, E. L.; SOUZA, P. J. R.; SANTOS, A. C. C. P. Impacto das redes sociais no comportamento alimentar de mulheres adultas: revisão de literatura. *Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação*, São Paulo, v. 8, n. 5, p. 2552-562, maio 2022.

OLIVEIRA, L. A. R.; ORSI, M. S.; RIBEIRO, R. C. O espetáculo das redes sociais: análise das informações sobre nutrição e saúde veiculadas pelo Instagram. *Revista Científica Intelletto*, Venda Nova do Imigrante, v. 4, n. 1, p. 72-89, maio 2019.

PASSOS, J. A.; VASCONCELLOS-SILVA, P. R.; SANTOS, L. A. S. Ciclos de atenção a dietas da moda e tendências de busca na internet pelo Google trends. *Ciência & Saúde Coletiva*, Rio de Janeiro, v. 25, n. 7, p. 2615-631, jul. 2020.

SANTOS, B. S.; FERNANDES, N. D. V.; MASQUIO, D. C. L. Redes sociais e insatisfação com a imagem corporal em estudantes da área da saúde. *O Mundo da Saúde*, São Paulo, v. 47, n. 1, p. 1-13, 2023.

SILVA, D. C.; MOREIRA, L. C. M. A influência do Instagram na anorexia e na bulimia nervosa. *Cadernos de Psicologia*, Juiz de Fora, v. 4, n. 8, p. 46-71, jul./dez. 2022.

SILVA, S. A.; PIRES, P. F. F. A influência da mídia no comportamento alimentar de mulheres adultas. *Revista Terra & Cultura*, Londrina, v. 35, n. 69, p. 53-67, jul./dez. 2019.

VIEIRA, A. M.; ROCHA, B. E. S.; SOUZA, M. L. R. Comportamento de risco para transtorno alimentar e preocupação com o corpo em universitários de uma instituição de ensino superior. *Revista Brasileira de Obesidade, Nutrição e Emagrecimento*, São Paulo, v. 17, n. 108, p. 307-17, maio/jun. 2023.

