



UNIVERSIDADE FEDERAL DE LAVRAS  
FACULDADE DE CIÊNCIAS DA SAÚDE  
DEPARTAMENTO DE NUTRIÇÃO - DNU

**DIEGO ANTÔNIO LUIZ TEODORO**

**ROBERTA ZOPELLARO OLIVEIRA**

**PUBLICAÇÕES SOBRE SAÚDE, ALIMENTAÇÃO E NUTRIÇÃO MATERNO  
INFANTIL VEICULADAS NO INSTAGRAM® NO BRASIL**

**LAVRAS - MG**

**2022**

**DIEGO ANTÔNIO LUIZ TEODORO**

**ROBERTA ZOPELLARO OLIVEIRA**

**PUBLICAÇÕES SOBRE SAÚDE, ALIMENTAÇÃO E NUTRIÇÃO MATERNO  
INFANTIL VEICULADAS NO INSTAGRAM® NO BRASIL**

Trabalho de Conclusão do  
Curso de Nutrição da  
Universidade Federal de  
Lavras (UFLA), apresentado  
como requisito básico para a  
obtenção do título de  
Bacharel.

Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Dra. Nathália Luíza Ferreira

Coorientadora: Prof<sup>a</sup>. MSc. Lahis Cristina Morais de Moura

LAVRAS - MG

2022

## **AGRADECIMENTOS - Diego**

Gostaria de agradecer, principalmente à minha dupla Roberta Zopellaro Oliveira, que passou por todo esse processo de pesquisa, estudo e conclusões, não somente no estudo desenvolvido, mas também na dedicação e companheirismo, no qual iniciamos a graduação juntos e estamos encerrando com um ótimo trabalho em mãos.

Ademais, as pessoas que mais me apoiam da minha família, minhas madrinhas Adriana Aparecida Teodoro Valacio e Eliana de Fátima Teodoro Sales, que sempre se preocuparam comigo, me incentivaram na continuidade dos meus estudos e para minha segurança em finalizá-los.

Ao meu melhor amigo, Marcos Vinícios (querido Kikito), por ter me apoiado tanto e por acreditar sempre em mim. Sou muito grato pela nossa longa amizade. Saiba que estou sempre torcendo pelo seu sucesso!

Finalmente, a orientadora: Prof<sup>ª</sup>. Dra. Nathália Luíza Ferreira, que sempre se mostrou aberta, compreensiva e dedicada em passar seus ensinamentos, juntamente com a coorientadora MSc. Lahis Cristina Morais de Moura que também esteve presente no processo desse estudo e nos auxiliou da melhor forma possível, sendo assim, as colaboradoras essenciais na finalização e um grande projeto como nosso.

## **AGRADECIMENTOS - Roberta**

A Deus e Nossa Senhora, em primeiro lugar, que fez com que meus objetivos fossem alcançados, me agraciando com saúde e determinação durante todos os anos de estudo.

Aos meus familiares, minha mãe Valéria, por todo zelo e cuidado, pela minha educação, por toda força e apoio, por não medir esforços para que eu chegasse até aqui. Ao meu pai Roberto pelos ensinamentos, apoio e sempre acreditar em mim. A minha avó Avelina, que sempre vibrou, me ajudou e fez questão de participar em todos os momentos. Devo grande parte das minhas conquistas a eles

Ao meu namorado Antônio, que mesmo à distância se fez presente, pela compreensão, apoio e paciência, e por ter acompanhado durante todo o desenvolvimento deste trabalho.

À minha dupla Diego Antônio Luiz Teodoro, por toda compreensão, paciência e por ter aceito fazer esse projeto juntos.

À nossa Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Dra. Nathália Luíza Ferreira, pelo incentivo e pela dedicação de seu tempo ao projeto, obrigada por todo apoio e motivação ao longo do processo juntamente com a coorientadora MSc. Lahis Cristina Morais de Moura.

A todos meus amigos que tive o privilégio de ter ao longo dessa caminhada, que fizeram meus dias mais leves e divertidos. Obrigada por serem minha família tão longe de casa, pelas noites de estudos, pela partilha de conhecimento, choros e muitas risadas. Vocês não fazem ideia do quanto foram essenciais.

## RESUMO

**Introdução:** As mídias sociais são ferramentas que permitem o compartilhamento de acontecimentos cotidianos e conteúdos, podendo atuar como fontes positivas ou negativas de informações relativas à saúde, alimentação e nutrição, inclusive no contexto do público materno infantil.

**Objetivo:** Realizar o levantamento das publicações relacionadas à saúde, alimentação e nutrição materno infantil veiculadas nos perfis de maior alcance no Instagram® no Brasil.

**Métodos:** Estudo descritivo desenvolvido a partir do levantamento e da análise de postagens veiculadas no Instagram®. A plataforma *HyperAuditor* foi utilizada para selecionar os 100 perfis de *influencers* com maior engajamento no Brasil em dezembro/2021. Foram analisados somente perfis de *influencers* individuais e as publicações realizadas entre 01/01 e 31/12/2021. Após análise, foram identificadas as postagens que continham conteúdos relacionados à saúde, alimentação e nutrição materno infantil, as quais foram agrupadas em 13 categorias segundo as temáticas abordadas. Os dados foram duplamente coletados e tabulados, e sua análise descritiva foi realizada no *software* SPSS (versão 15.0).

**Resultados:** Foram incluídos na análise 64 perfis de *influencers* individuais, sendo a maioria profissional de saúde (79,7%). Foram analisadas 44.479 publicações, das quais 256 (0,6%) estavam relacionadas à saúde, alimentação e nutrição materno infantil, estando presentes em 29,7% (n=19) dos perfis investigados. O formato de texto foi o predominante (82,0%). As temáticas abordadas com maior frequência foram “parto” (18,4%) e “cuidados na gestação” (11,7%). Comparando a frequência de temas entre *influencers* da área da saúde e aqueles que não atuavam na área, constatou-se que dentre os primeiros o mais abordado foi "parto" (19,7%) e dentre os últimos destacou-se a "amamentação" (21,7%). Ao avaliar os temas dentre as categorias de profissionais de saúde, observou-se que "amamentação" foi a temática mais abordada entre nutricionistas (41,7%), "parto" entre os ginecologistas/obstetras/pediatras (27,0%), “suplementação” entre médicos de outras especialidades (34,6%), e "maternidade" entre os demais profissionais de saúde (40,0%).

**Conclusão:** As publicações relacionadas à saúde, alimentação e nutrição materno infantil estavam presentes em cerca de 1/5 dos perfis analisados. Houve significativa variação das temáticas conforme a ocupação profissional do *influencer*. Os resultados refletem o atual cenário, em que a saúde tem sido cada vez mais abordada nos meios digitais, principalmente pelos profissionais da área. Os dados gerados podem contribuir para uma melhor compreensão sobre o uso das mídias sociais para veiculação de conteúdos sobre saúde nessa fase da vida, além de abrirem caminhos para que novas pesquisas sejam desenvolvidas.

**Palavras-chaves:** Saúde Materno-Infantil, Nutrição do Lactente, Nutrição Materna, Redes Sociais Online, Mídias Sociais.

## ABSTRACT

**Introduction:** Social media are tools that allow the sharing of daily events and content and can act as positive or negative sources of information related to health, food and nutrition, including in the context of the maternal and child public.

**Objective:** To carry out a survey of publications related to maternal and child health, food and nutrition published on the most far-reaching profiles on Instagram® in Brazil.

**Methods:** Descriptive study developed from the survey and analysis of posts published on Instagram®. HyperAuditor platform was used to select the 100 influencers profiles with the highest engagement in Brazil in December/2021. Only profiles of individual influencers and publications made between 01/01 and 12/31/2021 were analyzed. After analysis, posts with content related to maternal and child health, food and nutrition were identified, which were grouped into 13 categories according to the themes addressed. Data were doubly collected and tabulated, and their descriptive analysis was performed using SPSS software (version 15.0).

**Results:** 64 profiles of individual influencers were included in the analysis, the majority being health professionals (79.7%). A total of 44,479 publications were analyzed, of which 256 (0.6%) were related to maternal and child health, food and nutrition, being present in 29.7% (n=19) of the investigated profiles. The text format was predominant (82.0%). The topics most frequently addressed were “childbirth” (18.4%) and “pregnancy care” (11.7%). Themes frequency between healthcare influencers and those who did not work in the health area were different. Among the former, the most discussed theme was "childbirth" (19.7%) and among the latter, "breastfeeding" stood out (21.7%). When the themes were evaluating among healthcare professional categories, it was observed that "breastfeeding" was the most discussed topic among nutritionists (41.7%), "childbirth" among gynecologists / obstetricians / pediatricians (27.0%), “supplementation” among other specialties physicians (34.6%), and “maternity” among other healthcare professionals (40.0%).

**Conclusion:** Publications related to maternal and child health, food and nutrition were present in about 1/5 of the analyzed profiles. There was a significant variation in the themes according to the influencer's professional occupation. The results reflect the current scenario, in which health has been increasingly addressed in digital media, especially by professionals in the area. The data generated can contribute to a better understanding about the use of social media to broadcast health content at this stage of life, in addition to opening paths for new research to be developed.

**Keywords:** Maternal and Child Health, Infant Nutrition, Maternal Nutrition, Online Social Networks, Social media.

## 1 INTRODUÇÃO

As mídias sociais são ferramentas que permitem o compartilhamento de acontecimentos cotidianos, imagens, vídeos e conteúdos diversos, pautando-se na interação ativa entre os usuários, podendo inclusive atuar como fontes positivas ou negativas de informações relativas à promoção da saúde e da alimentação adequada e saudável (MARCON *et al.*, 2019; SHARMA & DE CHOUDHURY, 2015). Observa-se que o fácil acesso à conexão digital, bem como alta adesão e o alcance desse tipo de mídia, lhe confere um elevado potencial de disseminação e influência, quando comparado aos padrões das mídias tradicionais. E esse impacto pode acometer diferentes públicos, inclusive o materno infantil (GALVÃO *et al.*, 2022; MARCON *et al.*, 2019).

Estudo desenvolvido em Detroit-EUA com 191 mães de crianças com idade entre seis e 36 meses de origem hispânica indicou que aproximadamente 75% destas utilizaram as mídias sociais ou a internet para busca de informações que influenciavam seu comportamento em saúde no ano anterior. Dentre os tópicos pesquisados pelas entrevistadas, algumas informações sobre saúde e nutrição infantil se destacam, sendo a principal opções de receitas culinárias para crianças (GRIAUZDE *et al.*, 2020). Já estudo que avaliou puérperas em Pittsburgh-EUA revelou que dentre os temas mais buscados na internet destacava-se o aleitamento materno, posicionamento do bebê, alimentação da mãe e ordenha/armazenamento de leite materno (DEMIRCI *et al.*, 2016). Além disso, estudo realizado em Melbourne, Austrália, apontou que 77,1% e 46,3% das mães utilizam a internet como meio para pesquisa de aspectos relacionados à saúde e à alimentação infantil, respectivamente, sendo esta prática significativamente menor entre os pais (42,4% e 17,5%, respectivamente) (LAWS *et al.*, 2019).

A oportunidade de acesso a conteúdos relacionados à saúde materno infantil a partir das mídias sociais possui diversos possíveis benefícios, como o contato com temas e orientações que as famílias com frequência deixam de receber em consultas médicas tradicionais, que são muitas vezes breves e superficiais; o suporte educacional a grupos populacionais geograficamente distantes ou com acesso limitado à rede de serviços de saúde; bem como o compartilhamento de dúvidas, receios e experiências entre gestantes,

puérperas, lactantes e familiares, com pessoas que vivenciam situações semelhantes às suas (GALVÃO *et al.*, 2022; MARCON *et al.*, 2019).

No entanto, a depender da qualidade das informações veiculadas, sua repercussão pode ser negativa, particularmente quando postadas por pessoas não habilitadas tecnicamente para abordar temas específicos da área. Essa situação, em que orientações não confiáveis são replicadas como verdadeiras, pode, inclusive, colocar a saúde e a nutrição dos indivíduos (e de seus filhos) em risco, com impactos cuja dimensão é difícil mensurar. Estudos sobre as vantagens das mídias sociais, evidenciaram que o uso da tecnologia representa uma oportunidade para oferecer apoio, suporte e educação a mulheres que não recebem, em um ambiente tradicional de um consultório médico, sobre alimentação infantil em populações geograficamente distantes e informar as gestantes não só sobre a gravidez, mas também sobre o parto, pós-parto, amamentação, alimentação infantil e cuidados infantis (GALVÃO *et al.*, 2022).

As mídias sociais são um meio que possibilita partilhar diferentes medos, angústias e troca de experiências, obter apoio emocional, encorajamento e uma forma de socialização. Em contrapartida, o grande volume de informações, por vezes conflitantes, pode confundir o público e até mesmo colocar em descrédito os profissionais de saúde que desempenham seriamente seu trabalho (GALVÃO *et al.*, 2022; DEMIRCI *et al.*, 2016).

Os estudos que avaliam os conteúdos relacionados à saúde materno infantil em mídias sociais são escassos. No cenário atual, em que há grande ascensão das redes como veículo de informação, o presente estudo se destaca por propor desenvolver o levantamento das publicações relacionadas à saúde, alimentação e nutrição materno infantil veiculadas nos perfis de maior alcance no Brasil. Conhecer quais são os temas mais abordados, bem como quem são os *influencers* que os estão publicando pode contribuir para futuras intervenções que busquem orientar o público-alvo sobre a importância do olhar crítico quanto aos conteúdos visualizados, bem como estabelecer ações que promovam orientações em saúde e nutrição com respaldo científico, atuais, acessíveis e confiáveis. Objetivando ao realizar o levantamento das publicações relacionadas à saúde, alimentação e nutrição materno infantil veiculadas nos perfis de maior alcance no Instagram® no Brasil.

## 2 MATERIAL E MÉTODOS

Trata-se de um estudo descritivo desenvolvido a partir do levantamento e da análise de postagens veiculadas no Instagram®. A opção por esta mídia ocorreu com base nos resultados do Relatório Q1 2021 *Social Media Trends Report*, o qual destacou o Instagram® dentre as mídias sociais por sua grande audiência, superior a um bilhão de contas ativas, 40,3% superior ao Facebook®, além do engajamento 22,7 vezes maior, levando em consideração janeiro a março de 2021 (SOCIALBAKERS, 2021; eMARKETER, 2020). O Brasil apresenta a maior base total de usuários do Instagram® na América Latina, sendo o terceiro colocado no mundo. Sua interface simplificada e interativa permite a produção e a socialização de conteúdo, e a dinamização dos processos comunicativos, o que maximiza seu alcance e impacto (SOTERO et al., 2021). Por permitir ao usuário curtir, compartilhar e comentar publicações, enviar *posts*, seguir e ser seguido (MAIA et al., 2018), acredita-se que o potencial impacto das publicações nele divulgadas seja significativo.

Por meio da plataforma *HyperAuditor* ([www.hypeauditor.com](http://www.hypeauditor.com)), foram identificados os 100 perfis de *influencers* com maior nível de engajamento no Instagram® no Brasil, em dezembro de 2021. De uma maneira geral, são considerados *influencers* os perfis individuais que possuem mais de 1.000 seguidores (SOCIALBAKERS, 2021). Para a criação da listagem de perfis, o *HyperAuditor* leva em consideração o número de seguidores reais e o envolvimento autêntico da página, incluindo o número de curtidas e comentários advindos de pessoas reais.

Neste estudo, foram utilizados os filtros “*Health & Medicine Influencers*” e “*Brazil*” para a busca dos perfis. Foram incluídos apenas os perfis de *influencers* individuais, com publicações realizadas no período de 01 de janeiro a 31 de dezembro de 2021 e em língua portuguesa, sendo excluídos os perfis referentes a empresas, marcas, produtos, eventos, dentre outros.

Após a seleção dos perfis, estes foram consultados para o levantamento de publicações relacionadas à saúde, alimentação e nutrição materno infantil. Caracterizando os perfis divulgadores quanto à ocupação profissional e ao número de seguidores. Verificar os principais recursos utilizados (texto, imagem e vídeo) para a divulgação das informações. Identificar o volume de publicações sobre saúde, alimentação e nutrição materno infantil

publicadas na plataforma. E descrever os principais temas relacionados ao campo de interesse publicados nos perfis selecionados.

Foi realizada dupla coleta e digitação das informações. Para a apuração do número total de publicações em 2021 de cada perfil foram adotados métodos distintos. Um dos avaliadores contabilizou manualmente cada publicação e o outro utilizou o aplicativo *Floating Counter*, visando totalizar automaticamente as publicações. Todos os dados coletados passaram posteriormente por análise de consistência realizada por um terceiro avaliador, sendo que em casos de incompatibilidades mais notáveis entre os dois levantamentos, procedeu-se à discussão com a equipe de modo a obter consenso.

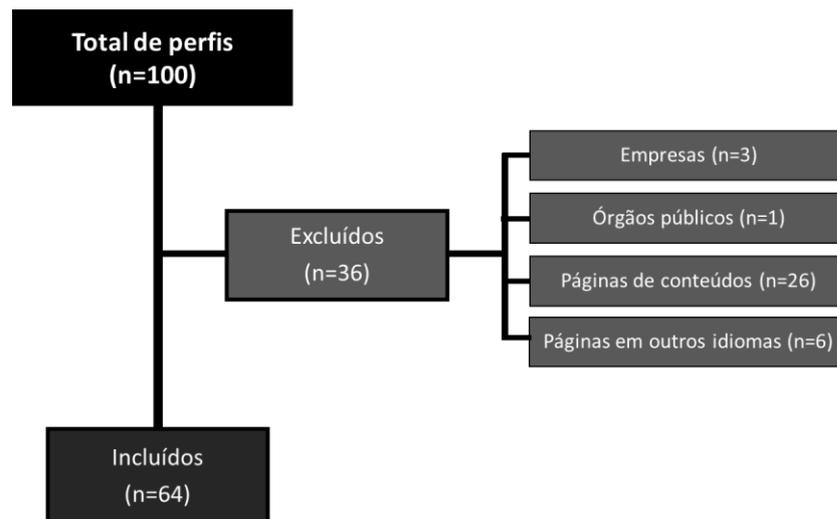
Os temas das publicações foram classificados em 13 categorias: alimentação/nutrição na gestação; cuidados na gestação; parto; puerpério; aleitamento materno; maternidade; introdução alimentar e alimentação infantil; cuidados com o bebê; problemas de saúde na infância; vacinação; suplementação; preconcepção e outros. Quanto à ocupação profissional, classificou-se os *influencers* segundo as categorias a seguir: nutricionistas; ginecologistas/obstetras/pediatras; outras formações médicas; outros profissionais da saúde; e profissionais de outras áreas.

Os dados foram tabulados no Microsoft® Excel 365 versão 2110 e analisados a partir do software *Statistical Package for the Social Scienc*, SPSS (versão 15.0). Realizou-se inicialmente o teste de normalidade Kolmogorov-Smirnov e, em seguida, análise descritiva dos dados, com apresentação das variáveis numéricas na forma de mediana e intervalo interquartil e das variáveis categóricas na forma de frequências. Os temas das publicações relativas à área materno infantil foram analisados para o total de perfis investigados e de acordo com a ocupação profissional dos *influencers*.

#### 4 RESULTADOS

Do total de perfis de maior alcance no Instagram® analisados, 64 foram incluídos no estudo por serem de *influencers* individuais. Dentre os principais perfis não incluídos, destacaram-se as páginas de conteúdo (n=26), seguidas por aquelas que estavam em outros idiomas (n=6). A Figura 1, evidencia a relação dos perfis analisados.

**Figura 1-** Relação dos perfis analisados no Brasil no ano de 2021.



**Fonte:** Dos autores (2022).

Dos perfis individuais, 50% (n=32) eram de mulheres; e 79,7% (n=51) de profissionais da área da saúde, como nutricionistas (18,8%; n=12), ginecologistas/obstetras/pediatras (4,7%; n=3); e outras formações médicas (40,6%; n=26). A mediana de seguidores dos perfis incluídos foi de 457.837,5, variando de 293.912 a 909.010 seguidores, conforme mostra a Tabela 1.

Quanto às publicações, foram analisadas 44.729 postagens realizadas ao longo de 2021. A mediana do total de publicações dos perfis incluídos foi de 337,0 (267,0-560,0). Destas, 256 (0,6%) publicações abordavam temas relacionados à saúde materno infantil, sendo identificadas em 29,7% (n=19) dos perfis investigados. O formato de texto foi predominante entre as publicações (82,0%), seguido pelas imagens (14,0%). Os resultados estão expressos na Tabela 1, a seguir.

**Tabela 1-** Caracterização dos perfis do Instagram® analisados no Brasil durante o ano de 2021.

Variável	Valores
Número de seguidores* <sup>a</sup>	457.837,5 (293.912 - 909.010)
Número total de publicações em 2021*	337,0 (267,0-560,0)
Profissão do <i>influencer</i> (% - n)	
Nutricionistas	18,8 (12)
Médicos ginecologista/obstetra ou pediatra	4,7 (3)
Outros médicos	40,6 (26)
Outros profissionais de saúde	15,6 (10)
Outras profissões	20,3 (13)
Sexo do <i>influencer</i> (% - n)	
Feminino	50,0 (32)
Masculino	50,0 (32)
Possuíam publicações sobre saúde materno infantil? (% - n)	
Sim	29,0 (19)
Não	71,0 (45)
Número de publicações sobre saúde materno infantil*	256,0 (2,0-11,0)
Formato principal da publicação (% - n)	
Texto	82,0
Imagem	14,0
Vídeo	4,0

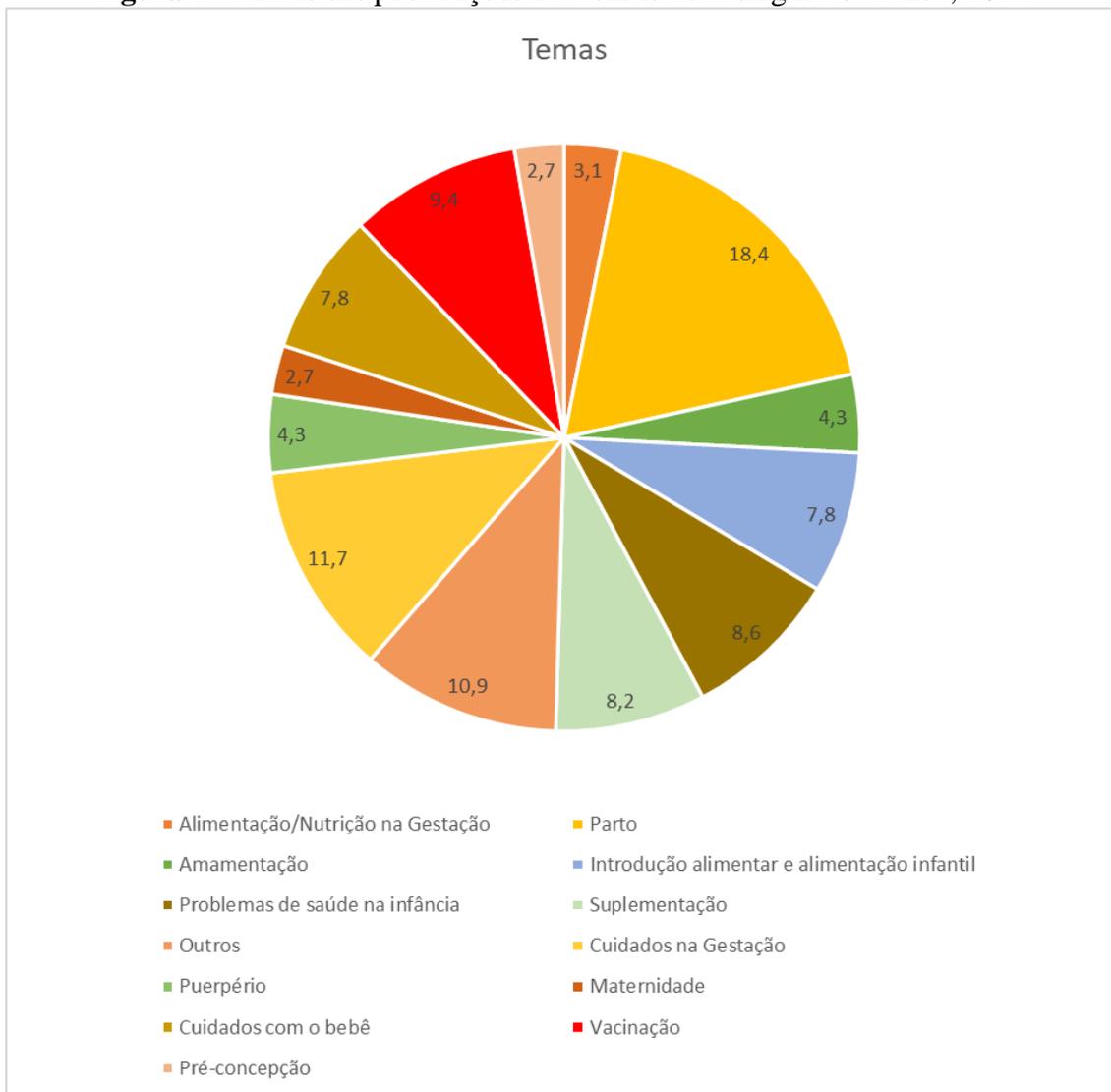
Nota: Mediana e Intervalo interquartilico.

<sup>a</sup> Considerando somente os perfis incluídos no estudo (n=64)

Fonte: Dos autores (2022).

Dentre as 13 categorias de temáticas abordadas nas 256 publicações, as que apresentaram maior frequência foram “parto” (18,4%; n=47), “cuidados na gestação” (11,7%; n=30), “outros” (10,9%; n=28), “vacinação” (9,4%; n= 24) e “problemas de saúde na infância” (8,6%; n=22). A Figura 2 evidencia os diversos temas das publicações que foram analisadas no Brasil.

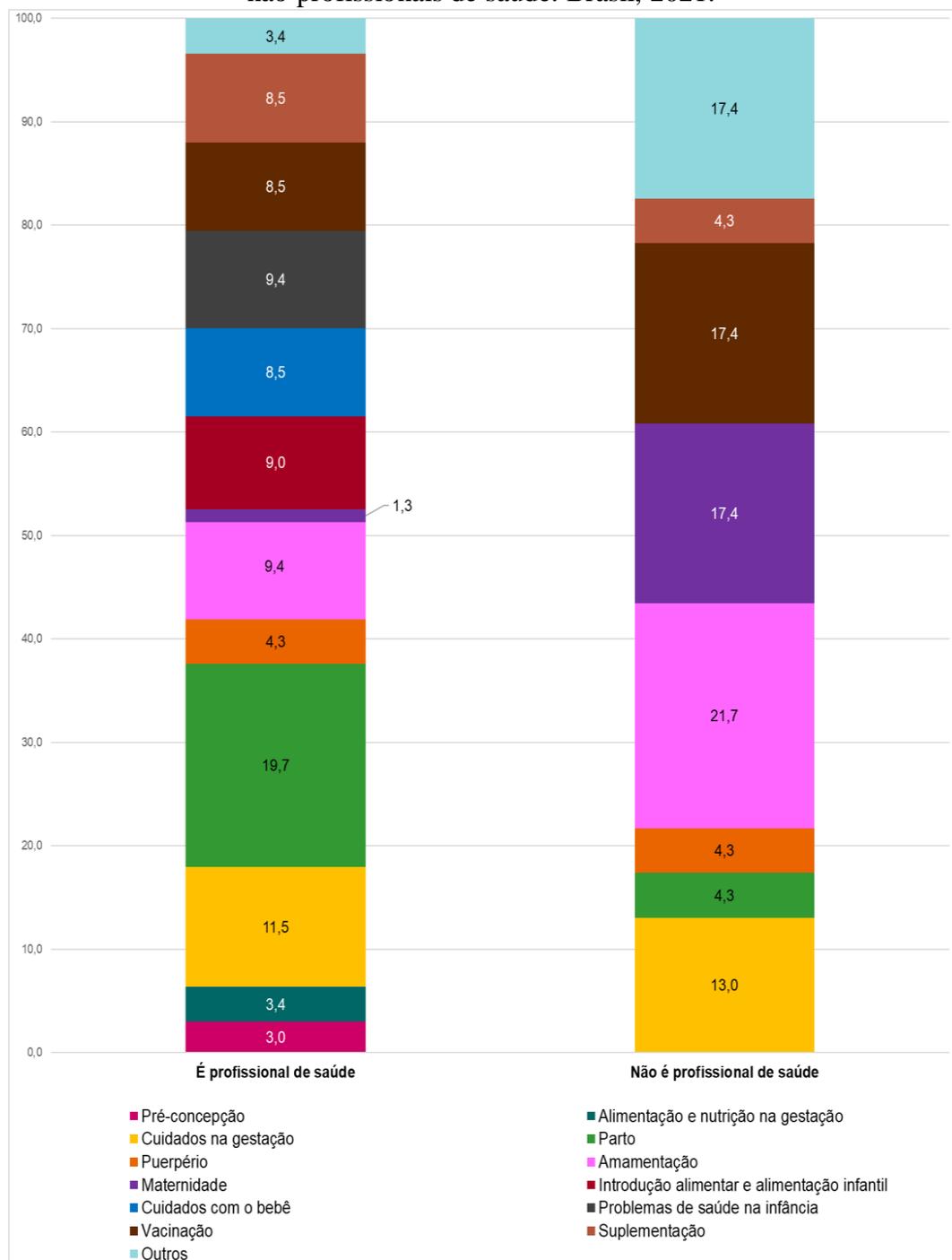
**Figura 2** - Temas das publicações analisadas no Instagram®. Brasil, 2021.



**Fonte:** Dos autores (2022).

Ao comparar a frequência de temáticas das publicações entre os *influencers* que eram da área da saúde e aqueles que não eram, verificou-se que o tema “parto” foi o mais prevalente entre os profissionais da área (19,7%; n=50), seguido por “cuidados na gestação” (11,5%; n=29), “problemas de saúde na infância” (9,4%; n=24) e “amamentação” (9,4%; n=24). Dentre os que não eram profissionais de saúde, o tema “amamentação” teve destaque (21,7%; n=55), assim como “vacinação” (17,4%; n=44), “maternidade” (17,4%; n=44) e “outros temas” (17,4%; n=44) (Figura 3).

**Figura 3** - Comparação da frequência de temáticas das publicações entre profissionais e não profissionais de saúde. Brasil, 2021.

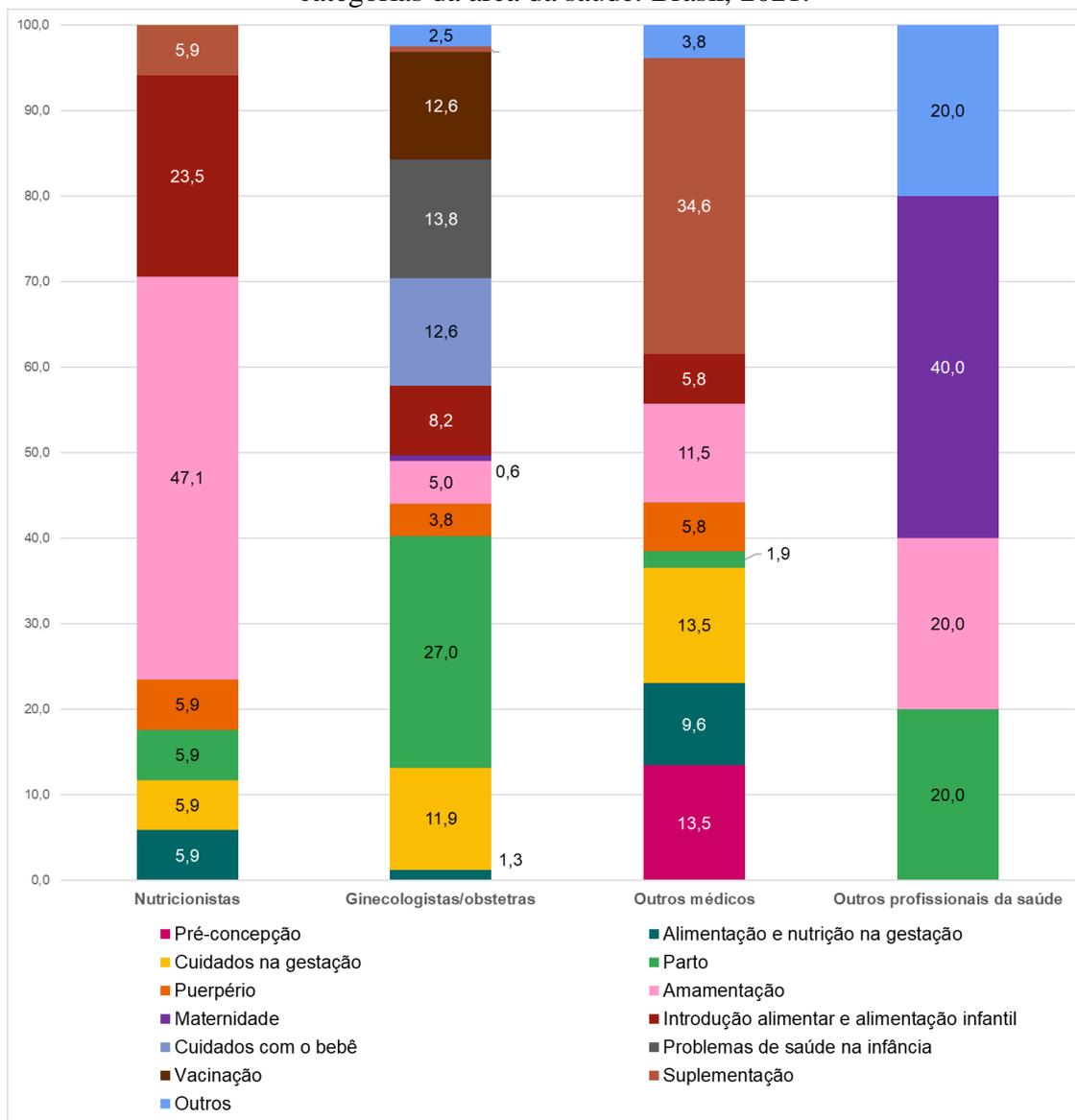


Fonte: Dos Autores (2022).

A frequência de temas também foi avaliada segundo as diferentes categorias profissionais em saúde. Observou-se que dentre os nutricionistas, o tema mais abordado foi “amamentação” (47,1%; n=120), dentre os ginecologistas/obstetras/pediatras foi “parto” (27,0%; n=69), dentre médicos de outras especialidades foi “suplementação”

(34,6%; n=88) e dentre os demais profissionais de saúde foi “maternidade” (40,0%; n=102) (Figura 4).

**Figura 4** - Frequência das temáticas abordadas entre profissionais de diferentes categorias da área da saúde. Brasil, 2021.



Fonte: Dos autores (2022).

## 5 DISCUSSÃO

Foram analisadas 44.729 postagens realizadas ao longo de 2021, publicadas por 100 perfis individuais de maior engajamento no Instagram® no Brasil. Dentre as postagens, 256 eram referentes à área materno infantil, com diferenciais quanto às temáticas abordadas conforme a profissão do *influencer*. Dentre os profissionais de saúde, o tema “parto” foi predominante, ao passo que entre os *influencers* que não eram da área da saúde o tema “amamentação” ganhou maior ênfase. Considerando a mediana de quase meio milhão de seguidores nos perfis avaliados, torna-se relevante ponderar sobre o potencial alcance das informações neles veiculadas, bem como os possíveis impactos gerados pelos dados compartilhados na adoção de práticas relacionadas à saúde materno infantil por parte do público-alvo.

No presente estudo, a maioria dos *influencers* era composta por profissionais de saúde, o que pode refletir a inserção crescente desses profissionais no meio digital. Estudo realizado por Lima (2019), na Universidade Federal do Espírito Santo (UFES), avaliou o uso de mídias sociais por profissionais de diferentes áreas, mostrando uma tendência ascendente destes ganharem reconhecimento a partir das redes, sendo cada vez mais comum o uso de ferramentas da comunicação digital para manter e expandir relações comerciais. Ressalta-se, no entanto, que embora os profissionais tenham sido a maioria neste estudo, os ginecologistas/obstetras/pediatras, mesmo sendo responsáveis por uma grande proporção das publicações identificadas neste estudo, representaram um número reduzido de perfis em comparação com outras áreas da saúde, expondo assim, um campo a ser expandido. É importante enfatizar o quanto o campo virtual vem se tornando um nicho promissor de atuação profissional e de educação em saúde, demandando que os profissionais se preparem para ocupar esse mercado. E para isso, é de suma importância desenvolver habilidades técnicas específicas para estabelecer essa comunicação com qualidade e responsabilidade por meio das redes sociais (SOUZA *et al.*, 2020)

Outro ponto importante a se destacar, é que parcela significativa dos *influencers* que apresentavam publicações sobre saúde materno infantil neste estudo não era da área da saúde, sendo pertinente questionar, a depender da complexidade do tema, se estes seriam capacitados tecnicamente para abordar os assuntos analisados. Estes aspectos são potencialmente preocupantes, uma vez que devido à sua grande visibilidade e influência, conteúdos com eventuais informações inadequadas publicados nestes perfis poderiam

impactar um grande contingente de usuários, com repercussões em termos de saúde pública.

Com relação aos tipos de recursos empregados nas publicações, os textos apresentaram a maior frequência como predominantes nos *posts*. Este é um formato relativamente simples, que permite que o *influencer* discorra sobre os temas livremente, contando com espaço para reflexões mais densas. No entanto, é um recurso menos chamativo e, por vezes, mais cansativo, podendo gerar menos interesse do leitor quanto à temática contemplada, em comparação com imagens e vídeos. Os recursos de vídeo nas mídias sociais, por exemplo, buscam demonstrar, de forma dinâmica, animada e clara, a importância dos temas, tendendo a captar o interesse do usuário. Nesse sentido, Vié (2021) reforça que é interessante associar os recursos de comunicação, de forma a favorecer a interpretação dos conteúdos e instigar o interesse do público.

Independentemente do formato utilizado, é nítido que as mídias sociais possuem grande potencial para corroborar as ações de educação em saúde, democratizando o acesso à informação, fazendo-a chegar a grupos que muitas vezes têm baixo acesso a orientações em serviços físicos de saúde. Temas como campanhas de vacinação, informações sobre o parto, pós-parto, amamentação, cuidados e alimentação infantil, têm sido bastante disseminados, podendo, em casos de informações bem-intencionadas e adequadas, contribuir para os conhecimentos e as práticas da população, de forma complementar aos cuidados tradicionais (MARTELLETO, 2019). No entanto, por ser um campo novo, com pouca regulação, é importante e necessário avaliar com cautela a qualidade, a intencionalidade e a segurança dos conteúdos acessados, sendo a análise crítica das informações fundamental nesse sentido. Além disso, essa postura problematizadora é essencial para que os profissionais que atuam com seriedade não sejam descredibilizados frente a informações tendenciosas publicadas por perfis não confiáveis.

A preocupação com a circulação de informações inverídicas e descontextualizadas parte de um contexto em que há adoção massiva de *smartphones* e acesso constante a redes sociais. E este receio não se limita a pesquisadores, agentes públicos e imprensa. De uma maneira geral, quem se informa por meios digitais está cada vez mais apreensivo com a veracidade dos conteúdos que recebe. Pesquisa desenvolvida em 38 países com 75 mil usuários de notícias nos meios digitais apontou que 55% dos entrevistados se preocupavam com a tarefa de identificar o que é real e o que é falso na

internet. A pesquisa também indicou que o Brasil liderava o ranking de usuários preocupados, correspondendo a 85% dos respondentes (NEWMAN *et al.*, 2019).

Em relação às temáticas, analisando o conjunto de perfis incluídos neste estudo, a amamentação destacou-se dentre os principais temas publicados, denotando o quanto esse assunto tem sido demandado pelo público, possivelmente em função das muitas dúvidas, desafios, mitos e informações desencontradas nesse âmbito (PINTO, 2019). A insegurança das famílias frequentemente está relacionada à percepção da capacidade das mulheres em amamentar seu filho, o que é colocado em xeque, muitas vezes, pelas pessoas ao redor e até mesmo por profissionais de saúde, sendo este um fator influenciador na decisão e na manutenção do aleitamento. Existem muitos mitos e crenças incapacitantes sobre o aleitamento materno, principalmente sobre a produção, a qualidade do leite e ao choro da criança que, em geral, é mal interpretado e associado à fome, configurando importantes representações que podem levar à introdução precoce de outros alimentos, a oferta de bicos artificiais e até mesmo a interrupção do AM (SIMAS *et al.*, 2020). Muitas famílias procuram apoio profissional para solucionar os problemas relativos à vivência da amamentação, mas o que ouvem é baseado em normas e regras que não condizem com as suas reais necessidades, levando-as a sentimentos de medo e insegurança (ARANTES, 2020). E essas sensações podem intensificar a procura por informações nas mídias sociais sobre o tema, como forma de esclarecer dúvidas e reforçar condutas adotadas.

Apesar do aleitamento ser um tema que poderia ser abordado por diferentes profissionais de saúde, desde que adequadamente capacitados, verificou-se que este foi o mais discutido pelos profissionais de Nutrição. Destaca-se que o nutricionista é o principal profissional responsável pela orientação sobre alimentação adequada e saudável em todos os ciclos da vida, sendo assim, sua atuação é de suma importância na gestação, no puerpério e nos primeiros anos de vida. Considerando que o leite materno é o primeiro alimento a ser recebido ao nascer, fundamental para a qualidade de vida e desenvolvimento dos lactentes, o trabalho do nutricionista deve se iniciar, sempre que possível, nesse período. Assim, a prática de amamentação torna-se um objeto diretamente ligado à prática do nutricionista, sendo essencial sua atuação na promoção, manutenção e defesa do aleitamento materno (ARAUJO; ALMEIDA, 2007; JESUS *et al.*, 2017).

Realça-se ainda, que é indispensável que todos os profissionais de saúde possuam, além de habilidades e conhecimentos sobre aleitamento materno, a capacidade de se

comunicarem de forma clara com as famílias, desde o pré-natal, parto e pós-parto, de forma a estimular e orientar a prática do aleitamento materno (UNICEF, 2012). E essas habilidades são requeridas tanto nas intervenções presenciais, quanto nas informações veiculadas nos meios digitais.

Especificamente dentre os médicos ginecologistas/obstetras/pediatras, o tema mais debatido foi “parto”, possivelmente em razão de serem profissionais mais diretamente ligados à assistência pré-natal, ao parto e ao puerpério (BRASIL, 2017). Atrelado a isso, historicamente, verifica-se que existem muitos receios e dúvidas relacionados ao parto, o que pode justificar o interesse da população sobre o tema. Estudo de Mello e colaboradores (2021) apontou que aproximadamente 80% das mulheres apresentavam algum grau de medo do parto durante a gestação, em sua maioria na forma leve e benigna. Contudo, estimou-se que em 14% das gestantes essa condição atinge níveis mais intensos, tornando-se uma preocupação severa e incapacitante, com repercussões negativas para a mulher e o recém-nascido. Esse cenário configura o quadro de tocofobia, em que o medo do parto chega ao nível de pavor irracional e sensação de iminência de morte. Todo esse panorama de medo e insegurança pode impulsionar a procura e a divulgação de postagens sobre o tema.

Dentre as demais áreas médicas, o tema mais abordado foi “suplementação”, o que pode ser reflexo tanto da expansão dos conhecimentos acerca dos programas nacionais de suplementação nessa fase da vida, mas também da prática medicalizada do cuidado à maternidade e à infância (SILVA, 2018), em que o foco da prática médica tende a se voltar para suplementos/medicamentos e outras estratégias tecnológicas, em detrimento de cuidados com outras esferas, não farmacológicas, como o incentivo à alimentação saudável, por exemplo.

Já dentre os outros profissionais da saúde, ganhou espaço o tema “maternidade”. Esse achado pode resultar do aumento da procura e da disponibilização de perfis e conteúdos sobre a temática nas mídias digitais, inclusive por parte dos profissionais de saúde, o que vem permitindo a criação de espaços para compartilhamento de vivências, expectativas e dúvidas sobre o maternar. Esse aspecto é especialmente interessante ao se considerar que a maternidade é uma experiência solitária para muitas mulheres, sendo as redes sociais um meio de interação que pode contribuir para minimizar a sensação de isolamento nessa fase da vida (OLIVEIRA-CRUZ; MENDONÇA, 2021).

É importante ressaltar que os resultados aqui apresentados devem ser interpretados levando em consideração algumas potenciais limitações deste estudo. As análises partiram dos 100 perfis mais influentes segundo a plataforma *HyperAuditor*, que considera não somente o número de seguidores, mas o envolvimento autêntico das páginas. Dessa forma, a comparação dos presentes achados com estudos que analisaram as mídias sociais a partir de outras plataformas pode ser dificultada pela variabilidade das fontes de pesquisa. Adicionalmente, as buscas no *HyperAuditor* filtraram somente os perfis que realizaram cadastro no Instagram® declarando-se como relacionados à saúde, o que possivelmente influenciou o número significativo de profissionais de saúde abordando as temáticas pesquisadas, em comparação com não profissionais. Finalmente, ressalta-se que o cenário descrito se restringe a perfis de figuras brasileiras, desconsiderando possíveis influências internacionais quanto a temas relacionados à saúde materno infantil.

Este estudo se destaca por ter analisado mais de 40 mil publicações, ao longo de um ano, o que permitiu traçar um panorama abrangente das postagens relativas à saúde materno infantil no Brasil. Ademais, acredita-se que a dupla avaliação dos perfis e tabulação dos dados conferiu maior robustez às informações geradas, o que é especialmente importante ao se trabalhar com temas permeados pela subjetividade, como é o caso de análises de conteúdos de mídias sociais. Por fim, reitera-se o caráter pioneiro e inovador do estudo ao abordar uma temática ainda incipientemente explorada na literatura, o que lhe confere grande potencial para contribuir para a ampliação da compreensão sobre o cenário digital de informações sobre saúde materno infantil no país.

## 6 CONCLUSÃO

Foram analisadas 44.729 publicações postadas pelos perfis de maior alcance no Instagram® em 2021 no Brasil. Destas, 256 abordaram conteúdos de alimentação, saúde e nutrição materno infantil, estando presentes em cerca de um terço dos perfis investigados. O recurso predominante nas publicações foi o texto, e a maioria dos perfis referia-se a profissionais da área da saúde. Houve significativa variação das temáticas abordadas conforme a ocupação profissional do *influencer*, com destaque para “parto” entre os profissionais de saúde, e para “amamentação” entre os que não atuavam na área. Os resultados apresentados refletem um cenário em expansão, em que assuntos relacionados à saúde têm sido cada vez mais abordados nos meios digitais, o que reforça a sua relevância. Acredita-se que os dados gerados podem contribuir para uma melhor compreensão a respeito do que está sendo veiculado nas mídias e de quem é responsável por essa divulgação, além de abrirem caminhos para que novas pesquisas sejam desenvolvidas, em especial relativas à qualidade das informações abordadas e ao impacto que os *posts* podem exercer nas práticas na área de saúde, alimentação e nutrição materno infantil.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, R. M. A.; ALMEIDA, J. A. G. Aleitamento materno: o desafio de compreender a vivência. **Revista de Nutrição**, Campinas, v. 20, n. 4, p. 431-438, ago./2007.

BRASIL. MINISTÉRIO DA SAÚDE. SECRETARIA DA CIÊNCIA, TECNOLOGIA E INSUMOS ESTRATÉGICOS. DEPARTAMENTO DE GESTÃO E INCORPORAÇÃO DE TECNOLOGIAS EM SAÚDE. **Diretrizes nacionais de assistência ao parto normal: versão resumida**. Brasília, 2017.

INSIDER INTELLIGENCE EMARKETER. **Global Instagram Users 2020. The Pandemic Propels Worldwide User Base to 1.00 Billion for the First Time**. Disponível em: <https://www.insiderintelligence.com/content/global-instagram-users-2020>. Acesso em: 10 dez. 2021.

COSTA, P. J. P.; SUREIRA, T. M.; GOMES, J. R. C.; DA SILVA, T. P. P. COSTA, R. G. Perfil de publicação sobre nutrição esportiva no aplicativo Instagram. **Revista Ciência Plural**, v.3, n.1, p.3-11,2017.

CRUZ, M. F. O.; MENDONÇA, M. C. **Maternidade nas mídias**. FACOS – UFSM. Disponível em: <https://repositorio.ufsm.br/bitstream/handle/1/21291/Maternidade%20nas%20M%c3%aaddias.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 25 ago. 2022.

DEMIRCI, J.R.; COHEN, S.M.; PARKER, M.; HOLMES, A.; BOGEN, D.L. Access, use, and preferences for technology-based perinatal and breastfeeding support among childbearing women. **J Perinat Educ**, v.25, n.1, p.29-36, 2016.

GALVÃO, D.M.P.G.; SILVA, E.M.B.; SILVA, D.M. Use of new technologies and promotion of breastfeeding: integrative literature review. **Rev Paul Pediatr**, v.40, p.e2020234, 2022.

GRIAUZDE, D.H.; KIEFFER, E.C.; DOMOFF, S.E.; HESS, K.; FEINSTEIN, S.; FRANK, A.; PIKE, D.; PESCH, M.H. The influence of social media on child feeding practices and beliefs among Hispanic mothers: A mixed methods study. **Eating Behaviors**, v.36, p.101361, 2020.

HAMM, M.P.; SHULHAN, J.; WILLIAMS, G.; MILNE, A.; SCOTT, S.D.; HARTLING, L. A systematic review of the use and effectiveness of social media in child health. **BMC Pediatrics**, v.14, n.138, p.1-15, 2014.

LAWS, R.; WALSH, A.D.; HESKETH, K.D.; DOWNING, K.L.; KUSWARA, K.; CAMPBELL, K.J. Differences between mothers and fathers of young children in their use of the internet to support healthy family lifestyle behaviors: Cross-sectional study. **J Med Internet Research**, v.21, n.1, p.e11454, 2019.

LEMOS, L.; CUNHA, A. Morte na maternidade: como profissionais de saúde lidam com a perda. **Psicologia em Estudo**, v. 20, n. 1, p. 13-22, 2015.

LIMA, A.L. **Consumo, vida saudável e redes sociais digitais: a influência dos médicos a partir do Instagram**. Universidade Federal do Espírito Santo: XXIV Congresso de ciências da comunicação na região sudeste, Vitória. 2019.

MARCON, A.R.; BIEBER, M.; AZAD, M.B. Protecting, promoting, and supporting breastfeeding on Instagram. **Matern Child Nutr**, v.15, p.e12658, 2019.

MARTELETO, R. M; STOTZ, E. N. **Informação, saúde e redes sociais: diálogos de conhecimentos nas comunidades da Maré**. 1. ed. Rio de Janeiro: Editora FIOCRUZ, 2009. p. 1-176.

MELLO RS, TOLEDO SF, MENDES AB, MELERATO CR, MELLO DS. Medo do parto em gestantes. **Femina**, v.49, n.2, p.121-8, 2021.

MÜZELL, R. B. **Desinformação e propagabilidade: uma análise da desordem informacional em grupos de whatsapp**. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM), Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2020.

PAZINATO, T. F. F. ALMEIDA, S. G. **Dificuldades no início do aleitamento materno: o papel do nutricionista nos bancos de leite humano**. 2018. 23 f. Artigo (Graduação) – Faculdade de Ciências da Educação e Saúde, Centro Universitário de Brasília, Brasília, 2018.

PINTO, P. A. Marketing social e digital do Ministério da Saúde no Instagram: estudo de caso sobre aleitamento materno. **Revista Eletrônica de Comunicação, Informação & Inovação em Saúde**, v. 13, n. 4, 2019.

SCHREINER, M., COSTA, J. S. D. D., OLINTO, M. T. A., & MENEGHEL, S. N.. Assistência ao parto em São Leopoldo (RS): um estudo de base populacional. **Ciênc Saúde Coletiva**, v. 15, p.1411-1416, 2010.

SHARMA, S.S.; MUNMUN, D.C.; GANGEMI, A.; LEONARDI, S.; PANCONESI, A. **Measuring and Characterizing Nutritional Information of Food and Ingestion Content in Instagram**, *Proceedings of the 24th International Conference on World Wide Web Companion, WWW 2015, Florence, Italy, May 18-22, 2015 - Companion Volume*. p.115-116, ACM, 2015. p.e2742754.

SILVA, B. S. M. A “maternidade moderna” e a medicalização do parto nas páginas do Boletim da Legião Brasileira de Assistência, 1945-1964. **História, Ciências, Saúde – Manguinhos**, v.25, n.4, p.1019-1037, 2018.

SIMAS, W. L. A., PENHA, J. S., SOARES, L. B. D. C., RABÊLO, P. P. C., OLIVEIRA, B. L. C. A. D., & PINHEIRO, F. S. Insegurança materna na amamentação em lactantes atendidas em um banco de leite humano. **Revista Brasileira de Saúde Materno Infantil**, v.21, p. 251-259, 2021.

SOCIALBAKERS. **Q1 2021 Social Media Trends Report**. Disponível em: <https://www.socialbakers.com/web-api/wp/study/social-media-trends-report-q1-2021?studyId=34149>. Acesso em: 09 dez. 2021.

SOUZA, T. D. S.; FERREIRA, F. B.; BRONZE, K. M.; GARCIA, R. V.; DE REZENDE, D. F.; DOS SANTOS, P. R.; & GADELHA, S. R. (2020). Mídias sociais e educação em saúde: o combate às Fake News na pandemia da COVID-19. **Enfermagem em Foco**, v.11, n.1. ESP, 2020.

VIÉ, C. **O peso das palavras: a relação texto/imagem na comunicação no Instagram como exemplo da representação da anorexia**, Université Sorbonne Nouvelle, v.18, n. (ESP) p.1-16, 2021.