

Nutrição

Caracterização de informações veiculadas por mídias sociais com foco na alimentação para pacientes com câncer

Giovanna Carolina Nepomuceno Ferreira - 8 período de Nutrição, UFLA, bolsista PIBIC/FAPEMIG (IC)

Tais Ribeiro Fernandes - Coorientadora DNU, UFLA

Lívia Garcia Ferreira - Orientadora DNU, UFLA. - Orientador(a)

Resumo

O câncer é uma doença que gera impactos significativos na vida das pessoas, e o número de casos vêm crescendo com o passar dos anos. A busca por uma melhor qualidade de vida e mais informações sobre a doença, faz com que muitas pessoas recorram à internet e às mídias sociais. O objetivo deste estudo foi caracterizar as postagens veiculadas por mídias sociais com foco na alimentação e câncer. A pesquisa foi realizada com base no levantamento de postagens das mídias sociais, Instagram, Facebook, Tiktok e X, através de hashtags e palavras-chave com tema alimentação, nutrição e dieta relacionados ao câncer, entre 1 de outubro de 2023 a 31 de dezembro de 2023. As publicações e legendas foram classificadas de acordo com a veracidade com base nos Guidelines atuais de Nutrição e Oncologia. Foram coletados o tipo de conteúdo, o responsável pela publicação, as interações, a presença de referências e a temática. Foram analisadas 196 publicações, dentre elas 14,2% eram não verídicas (NV) (n=28). O X foi a mídia social mais recorrente (60,2%; n=118), o conteúdo “Prevenção” o mais encontrado nas postagens totais (44,9%; n=88) e “Tratamento” o mais frequente nas postagens NV (53,6%; n=15). Em relação aos responsáveis pelas postagens totais (n=196), 34% (n=67) eram nutricionistas e 43% (n=85) não possuíam identificação, já nas publicações consideradas NV (n=28), 89,2% (n=25) foram postadas por pessoas sem identificação profissional. A interação que mais ocorreu foram as visualizações, tanto nas postagens verídicas (69,5%, n=150.978) como nas consideradas NV (99,1%, n=7.249). A presença de referências ocorreu em 14,8% (n=29) das publicações sendo que 3,4% (n=1) ocorreram nas postagens NV. Sobre a temática associada às publicações NV, 17,7% (n=5) foram relacionadas à cura ou prevenção do câncer por algum alimento, abordagens alternativas como dieta cetogênica (28,6%, n=8), dieta carnívora (17,8%, n=5) e jejum intermitente (14,3%, n=4) para tratamento do câncer. Dentre as temáticas NV, as que mais tiveram interações foram a dieta cetogênica (33,6%, n=2.440) e dieta carnívora (29,2%, n=2.120). As postagens sobre câncer e alimentação foram em sua maioria verídicas, entretanto a existência de postagens NV e alto número de visualizações das mesmas, ressalta a importância de se trabalhar a educação em saúde digital nas mídias sociais a fim de diminuir a credibilidade dessas informações compartilhadas, visto que as mídias sociais são importantes meios de comunicação em saúde.

Palavras-Chave: mídias sociais, câncer, verídicas.

Instituição de Fomento: FAPEMIG, UFLA

Link do pitch: <https://youtu.be/SnrBrhuKjkM>