



CENTRO UNIVERSITÁRIO FAMETRO - UNIFAMETRO
CURSO DE NUTRIÇÃO

ADRIELLY SILVA DE OLIVEIRA

**DIVULGAÇÃO DE INFORMAÇÕES SOBRE DIABETES MELLITUS TIPO I NA
PLATAFORMA INSTAGRAM**

FORTALEZA

2022

ADRIELLY SILVA DE OLIVEIRA

**DIVULGAÇÃO DE INFORMAÇÕES SOBRE DIABETES MELLITUS TIPO I NA
PLATAFORMA INSTAGRAM.**

Artigo TCC apresentado ao curso de Bacharel de Nutrição do Centro Universitário Fametro - UNIFAMETRO – como requisito para a obtenção do grau de bacharel, sob a orientação da Prof.^a Me. Roberta Freitas Celedonio.

FORTALEZA

2022

ADRIELLY SILVA DE OLIVEIRA

DIVULGAÇÃO DE INFORMAÇÕES SOBRE DIABETES MELLITUS TIPO I NA PLATAFORMA INSTAGRAM.

Artigo TCC apresentada no dia 20 de junho de 2022 como requisito para a obtenção do grau de bacharel em Nutrição do Centro Universitário Fametro - UNIFAMETRO – tendo sido aprovado pela banca examinadora composta pelos professores abaixo:

BANCA EXAMINADORA

Prof^a. Me. Roberta Freitas Celedonio.
Orientador – Centro Universitário Fametro

Prof^a. Esp. Pauliana Alencar Monteiro
Membro - Centro Universitário Fametro

Prof^a. Esp. Cícera Maruzia Grangeiro Martins
Membro - Centro Universitário Fametro

AGRADECIMENTOS

Primeiramente à minha família, pelo incentivo constante. Vocês tiveram fé em mim quando eu mesma não a tinha.

Ao meu esposo, pela força e apoio durante toda a jornada da graduação.

Aos meus professores e em especial a minha orientadora, Prof. Me. Roberta Celedonio, por toda paciência, cuidado e disponibilidade para me ajudar a superar esse desafio.

E a Deus pelo dom da vida, pela proteção, e por me guiar à conclusão de mais uma etapa da minha vida.

Não se pode chegar à alvorada a não ser pelo
caminho da noite.

Khalil Gibran

DIVULGAÇÃO DE INFORMAÇÕES SOBRE DIABETES MELLITUS TIPO I NA PLATAFORMA INSTAGRAM.

Adrielly Silva de Oliveira¹

Roberta Freitas Celedonio²

RESUMO

O Instagram é uma das redes sociais mais utilizadas atualmente, sendo caracterizada por ser de acesso gratuito e de fácil compartilhamento de mídias digitais, que podem ser divulgadas para um grupo restrito de amigos ou aberto para usuários em geral. As interações vão além das mídias de imagem, permitindo os usuários curtir, comentar e compartilhar as publicações postadas no Instagram. Alguns perfis de usuários são voltados para divulgação de um conteúdo específico, como é o caso dos perfis voltados para a divulgação de conteúdo sobre o diabetes mellitus tipo I. A educação em saúde possui um grande papel na disseminação de informações para a população, podendo servir de instrumento de auxílio para prevenção e tratamento de doenças, especialmente de enfermidades como a diabetes, que estão diretamente relacionada à alimentação. Nesse contexto, o objetivo desse estudo foi analisar páginas, na plataforma Instagram, avaliando o teor e frequência de suas postagens. Este trabalho foi realizado através da metodologia de análise de hashtags, onde foram selecionadas hashtags sobre o tema e analisados as publicações durante o mês de março de 2022. As publicações e perfis foram analisados conforme o conteúdo e foram criadas categorias para agrupamento de postagens de acordo com os respectivos assuntos. Foram analisados o total de 745 publicações onde evidenciou-se que o bloco com maior número de publicações foi o de alimentação saudável, com percentual de 40,3% de publicações, seguido pelo de vendas que obteve 14,8% das publicações e o de assuntos relacionados a fisiopatologia da doença, que obteve 14,1% da publicações. Embora o bloco que trata de alimentação saudável tenha apresentado maior número de postagens, a participação de profissionais da nutrição foi de apenas 4,3% do total de postagens do bloco, evidenciando que o tema de alimentação saudável tem grande participação da população em geral, porém baixa participação dos profissionais da saúde. Isso se torna relevante pois as recomendações repassadas muitas vezes não possuem base científica, podendo colocar em risco potencial a saúde da população. Em adição, foi verificado também o grande número de postagens relacionadas a venda de equipamentos e produtos para diabetes, evidenciando a preocupação e demanda do mercado em atender esse público. Através das postagens, concluiu-se também que muitos pacientes postavam sua rotina convivendo com a DM1, demonstrando serem capazes de seguir os cuidados com a doença.

Palavras-chave: Diabetes Mellitus, Diabetes Mellitus Tipo 1, Rede Social, Redes Sociais Online.

¹ Graduanda do curso de Nutrição do Centro Universitário Fаметro - Unifаметro

² Profa. Orientadora do curso de Nutrição do Centro Universitário Fаметro - Unifаметro

ABSTRACT

Instagram is one of the most used social networks today, being characterized by being free to access and easy to share digital media, which can be disclosed to a restricted group of friends or open to users in general. The interactions go beyond image media, allowing users to like, comment and share posts posted on Instagram. Some user profiles are aimed at disseminating a specific content, such as profiles aimed at the dissemination of content on type I diabetes mellitus. Health education plays a large role in the dissemination of information to the population, and can serve as an aid tool for the prevention and treatment of diseases, especially diseases such as diabetes, which are directly related to food. In this context, the objective of this study was analyzed on the pages, on the Instagram platform, evaluating the theory and frequency of their posts. This work carried out through the hashtag research methodology, where hashtags on the topic were selected and as publications during the research month of 2022. The publications and profiles were analyzed according to the content and categories were created for grouping posts according to the respective subjects. We're analyzed the total of 745 publications where it was evidenced that the block with the highest number of publications was healthy eating, with a percentage of 40.3% of publications, followed by sales that obtained 14.8% of publications and subjects related to pathophysiology of the disease, which obtained 14.1% of the publications. Although the block dealing with healthy eating presented a higher number of posts, the participation of nutrition professionals was only 4.3% of the total number of posts in the block, showing that the theme of healthy eating has a large participation of the general population, but low participation of health professionals. This becomes relevant because the recommendations passed on often have no scientific basis, and may potentially endanger the health of the population. In addition, it was also verified the large number of posts related to the sale of equipment and products for diabetes, evidencing the concern and demand of the market in serving this public. Through the posts, it was also concluded that many patients posted their routine living with DM1, demonstrating that they were able to follow the care with the disease.

Keywords: Diabetes Mellitus, Type 1 Diabetes Mellitus, Social Network, Online Social Networks.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	9
2	METODOLOGIA	10
	Etapa 1. Definição das <i>hashtags</i>	10
	Etapa 2. Análise dos conteúdos	10
3	RESULTADOS.....	11
4	DISCUSSÃO	15
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	17
	REFERÊNCIAS	18

1 INTRODUÇÃO

As redes sociais revolucionaram as formas como as pessoas se comunicam, divulgam e acessam informações para atingir seus objetivos. Elas são utilizadas pelos mais diversos grupos de pessoas, de várias idades, envolvendo todos os gêneros, classes sociais, sexos e etnias. Na internet, o “Instagram” é um dos maiores representantes das redes sociais e situa-se em quarto lugar como aplicativo mais baixado do mundo (SENSORTOWER, 2020).

O Instagram é conceituado no seu *site* da seguinte forma: “um aplicativo gratuito de compartilhamento de fotos e vídeos disponível para dispositivos *Apple iOS, Android e Windows Phone*. As pessoas podem carregar fotos ou vídeos em nossos serviços e compartilhá-los com seguidores ou com um grupo restrito de amigos. Elas também podem ver, comentar e curtir publicações compartilhadas por amigos no Instagram” (INSTAGRAM, 2020).

Adicionalmente, o Instagram se destaca como propagador de informações relacionadas com saúde e bem-estar. Sendo assim caracterizado como uma ferramenta importante para divulgação de informações acerca de diversas enfermidades.

As mídias sociais contêm contas de pessoas, denominadas de usuários, ou empresas, que se seguem ou não. Isso significa que os usuários ou empresas podem ter suas informações e atualizações compartilhadas nas suas listas de seguidores e interagir para trocar conhecimentos, informações, opiniões e outras formas de comunicação, como publicações, vídeos, fotos, mensagens, entre outros (BOYD; ELLISON, 2007).

A participação e engajamento nos grupos das redes sociais voltados para pacientes diagnosticados com diabetes se provou benéfica para os usuários, portando consideradas canais educacionais eficazes para fornecerem informações sobre educação em saúde e promoção da atividade física entre os diabéticos (GABARRONE *et al.*, 2021) ;(GABARRONE *et al.*, 2018.)

A educação em saúde possui um grande papel na disseminação de informações para a população, podendo servir como instrumento de auxílio para prevenção e tratamento de doenças, especialmente de enfermidades como a diabetes, que está diretamente relacionada à alimentação. Portanto as possíveis atividades de educação em saúde realizadas nas redes sociais, como o

Instagram, possuem grande relevância para auxílio no tratamento de enfermidades como a diabetes mellitus tipo I.

2 METODOLOGIA

O presente estudo trata-se de uma pesquisa descritiva realizada através da análise documental na plataforma Instagram e para o atingir seus objetivos, foi dividida nas duas etapas a seguir:

Etapa 1. Definição das *hashtags*

A página oficial do Instagram foi utilizada para definir e identificar as *hashtags* correspondentes ao tema deste artigo. Foram selecionadas as seguintes *hashtags*: #diabetes1, #diabetestipo1✂, #diabetestipo1forte e #diabetestipoum.

Foram adotados os seguintes critérios de inclusão: publicações em português e inglês, que utilizem as *hashtags* descritoras, de pessoas de ambos os sexos, de todas as faixas etárias, empresas ou páginas que compartilhem informações acerca da patologia no Instagram e publicações que ocorreram no período de primeiro de março de 2022 à 31 de março de 2022. Foram excluídas as publicações que não tratavam de informações referentes a diabetes.

O registro do número total de postagens referente a cada *hashtag* ocorreu durante o mês de abril de 2022. As análises e verificação do conteúdo ocorreram no período de 01/05/22 a 07/05/22.

Devido à configuração da própria rede social não foi possível a contabilização do número de publicações realizadas em ambos idiomas, mas foram selecionadas todas as publicações em português e inglês.

Etapa 2. Análise dos conteúdos

As publicações que utilizaram as *hashtags* e estavam dentro dos critérios de inclusão da pesquisa foram registradas e verificadas. Foram analisados os tipos de perfis que compartilhavam informações sobre o diabetes e os conteúdos mais frequentes dentro da temática do DM1.

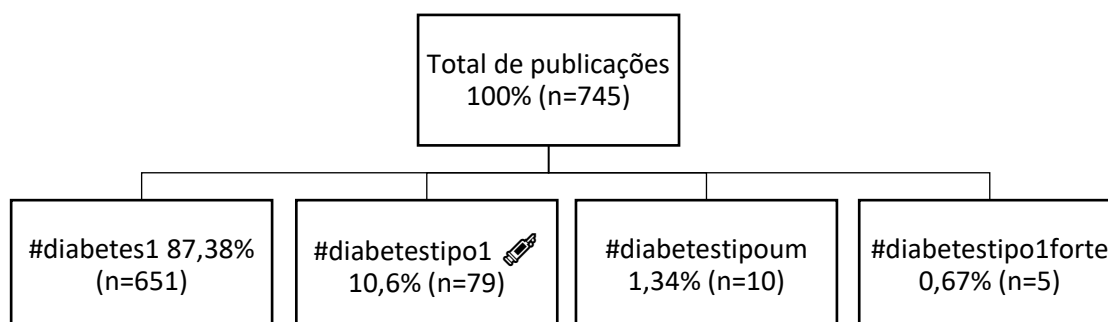
Foram analisadas as postagens conforme o conteúdo e foram criadas categorias para agrupamento de postagens de acordo com os respectivos assuntos.

Para que a identificação dos perfis analisados não seja realizada, os nomes dos usuários não foram divulgados. Esta pesquisa dispõe de informações de acesso público e não envolve estudo com seres humanos, dessa forma não necessita de aprovação do Comitê de Ética.

3 RESULTADOS

A partir da busca pelas *hashtags* #diabetes1, #diabetestipo1✍, #diabetestipo1forte e #diabetestipoum, foram encontradas 745 postagens, em que a primeira publicação analisada foi realizada no dia 01/03/2022 e a última no dia 31/03/2022. Como pode ser observado na Figura 1, a hashtag #diabetes1 foi a que teve o maior número de publicações.

Figura 1. Categorias, frequências absoluta e relativa das publicações do Instagram sobre divulgação de informações sobre DM1, abril, 2022.



As publicações foram agrupadas em oito blocos de acordo com a semelhança de assuntos na análise de postagens do Instagram e no Quadro 1, está descrita a prevalência de postagens.

Quadro 1. Fluxograma do total de publicações encontradas no Instagram e suas respectivas hashtags (#), março de 2022.


Blocos	Assunto principal	%
01	Alimentação saudável	40,3
02	Vendas/equipamentos	14,8
03	Motivacional	9,9
04	Sintomas da Diabetes	1,9
05	Educação em diabetes	5,0

06	Lifestyle	13,1
07	Epidemiologia	0,9
08	Fisiopatologia	14,1
-	Total	100%

Fonte: Elaborado pela autora.

Além disso, também foram analisadas as principais temáticas abordadas pelas postagens encontradas por bloco (Quadro 2).


Quadro 2. Principais temáticas abordadas pelas postagens do Instagram.


Blocos	#diabetes1	#diabetestipo1 	#diabetestipo1 forte	#diabetestipoum
01 - Alimentação saudável	Canela, vitamina D, alimentos para controlar glicemia, frutose de milho.	Brócolis, lowcarb, receitas sem açúcar, mitos da alimentação, alimentação para grávidas, biomassa banana verde, alimentação escolar, salada, alimentos para o controle da diabetes, alimentos que desregulam a glicemia, aumento da proteína, reeducação alimentar, betaglucana.	Páscoa e diabetes	-
02 - Vendas/ equipamentos	Blusas, aplicativos, <i>FreeStyle Libre</i> , cursos para nutricionistas, farmácia especializada, bolsa térmica, fitoterápicos, termômetros.	Pulseiras de identificação, <i>FreeStyle Libre</i> .	-	<i>FreeStyle Libre</i> , cursos para nutricionistas.
03. Motivacional	Restrição de carboidrato, <i>memes</i> , relato de experiência, frases de incentivo.	Memes, representatividade em filmes, religião, relato de experiência, frases de	-	Relato de experiência


		incentivo.		
04 - Sintomas da Diabetes	Sintomas, problemas de pele, sintomas pré-diabetes, efeitos sistêmicos, depressão, edema, perda de peso.	Primeiros sintomas, sintomas em crianças	-	Sintomas em crianças
05 – Educação em diabetes	<i>Check up</i> , células tronco, tipos de insulina, sensor de glicose, conscientização.	Cetoacidose diabética, hipoglicemia	Resistência à insulina, cálculo de bolus, lua de mel	Insulina na infância
06 - Lifestyle	Monitoramento sensor, exercício físico, dieta, perda de peso.	Uso da insulina, contagem de carboidratos, necessaire de itens para controle da glicemia, exercício físico, monitoramento da glicemia, tatuagem, piercing,	-	Relato de experiência.
07 - Epidemiologia	Número de pré-diabéticos no mundo, diabetes no mundo, crianças diabéticas no mundo.	-	-	-
08 - Fisiopatologia	Pré-diabetes, diabetes tipo 1 e 2, diabetes gestacional, gordura abdominal, doenças autoimunes, hipertensão, definição diabetes, complicações da doença.	Benefícios do controle da diabetes, sinais de flutuação da glicemia,	-	Diabetes na infância

Fonte: Elaborado pela autora.

No bloco 1, que aborda o assunto referente a alimentação saudável, observou-se que 4,3% (n=13) foram publicadas por nutricionistas, 62,3% (n=187) falavam sobre receitas e 33,3% (n=100) foram sobre assuntos diversos relacionados à alimentação saudável.

Já no bloco 2, referente a vendas, foram analisadas 110 postagens, onde apenas as *hashtags* #diabetes1 e diabetestipo1  apresentavam postagens sobre esse tema. Foi verificado que do total de postagens desse bloco, 4,5% (n=5) eram referentes a venda de aplicativos, 18,2% (n=20) eram referentes a venda de sensores e acessórios, 20% (n=22) eram referentes à venda de peças de vestuário e 57,3% (n=63) eram referentes à venda de itens diversos, como bolsas, adesivos, broches, entre outros.

No bloco 03, que trata sobre questões motivacionais da vida das pessoas com diabetes, foram analisadas 74 postagens nas *hashtags* #diabetestipoum, #diabetes1, #diabetestipo1 . Foi verificado que 40,5% (n=30) das publicações desse bloco eram referentes a *memes* e 59,5% (n=44) eram referentes a publicações de frases motivacionais.

O bloco 04, que trata dos sintomas do diabetes, apresentou apenas 14 postagens e a *hashtag* apareceu somente nas *hashtags* #diabetes1 e #diabetestipo1 . Já o bloco 05, referente a educação em diabetes, teve o total de 37 publicações e esteve presente em todas as *hashtags*.

Referente ao bloco 06, 84,7% (n=83) das publicações eram relatos de experiência da rotina com DM1, 14,3% (n=14) eram referentes a realização de exercício e 1,0% (n=1) eram relacionados a assuntos voltados à estética, como aplicação de piercing e tatuagem em pacientes com DM1.

O bloco 07 teve 07 publicações, sendo somente nas *hashtags* #diabetes1 e #diabetestipo1forte e o bloco 05 teve 105 publicações divididas entre as *hashtags* #diabetes1 e #diabetestipo1. Foram encontradas 220 contas que faziam publicações sobre o diabetes nas *hashtags* selecionadas. Do total de todos os perfis que faziam essas postagens, 63,2% (n=139) eram perfis estrangeiros e 36,8% (n=81) eram nacionais. Os perfis foram divididos em 11 categorias (endocrinologistas, nutricionistas, clínica médica, exercícios, blogueiros, perfis excluídos, pacientes, aplicativos ou lojas, receitas, cursos e

estética) para contabilização. Seguem abaixo os gráficos 01 e 02 que demonstram o quantitativo de perfis por idioma.

Gráfico 01. Contabilização de perfis na língua inglesa.

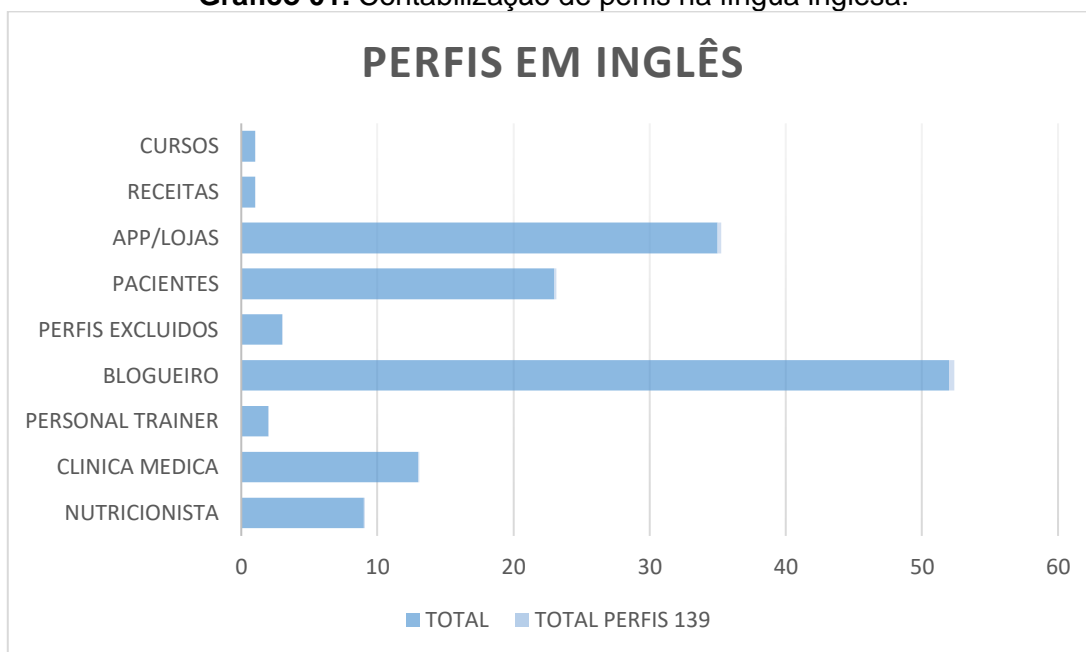
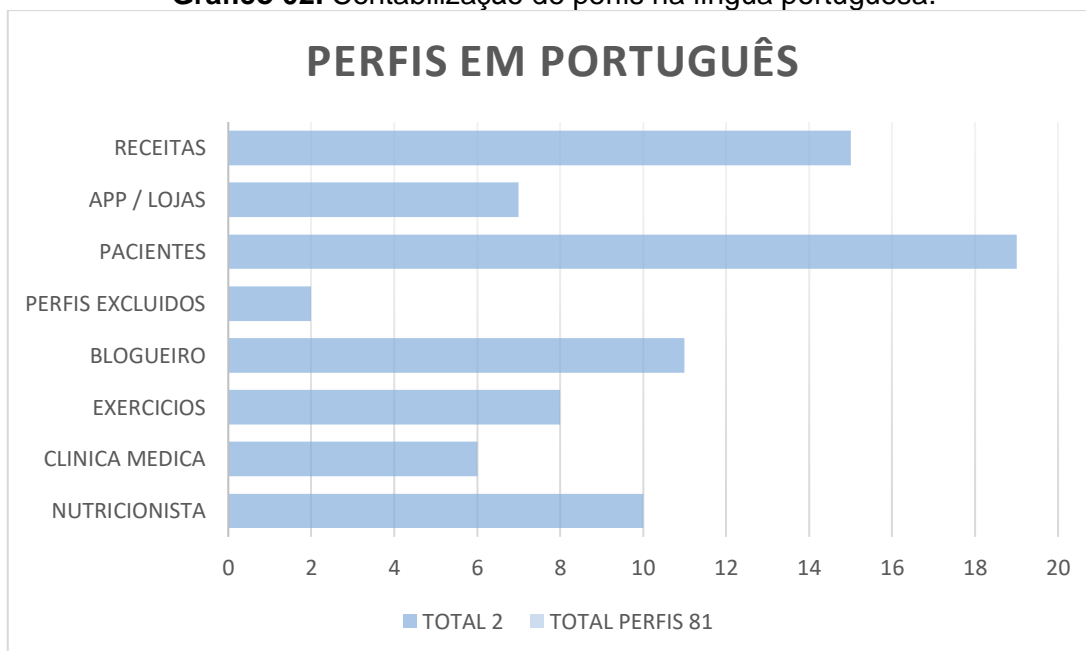


Gráfico 02. Contabilização de perfis na língua portuguesa.



4 DISCUSSÃO

Dentre as *hashtags* verificadas, a #diabetes1 foi a que teve o maior número de publicações, isso pode ter ocorrido pelo fato da sua grafia ser limpa

e direta. O bloco que teve o maior número de publicações foi o da alimentação saudável e diversos públicos versaram sobre o assunto na rede social.

Hoje em dia, a rede social *Instagram* é muito utilizada pelos profissionais de saúde e público em geral para divulgarem informações sobre diabetes, sendo uma das doenças mundialmente mais prevalentes em adultos e estando entre as principais causas de perdas de anos de vida saudável (MUZY *et al.*, 2021). O tema mais recorrente dentro da temática de alimentação saudável foi relacionado a produção de receitas, vimos que 62,3% das postagens foram referentes a esse assunto. Em contrapartida apenas 4,3% das postagens do bloco 01 foram publicadas por nutricionistas.

Sabe-se que o profissional de nutrição pode contribuir para a disseminação de informações sobre a alimentação saudável, sendo considerado, segundo o Código de Ética do Nutricionista, um dever da categoria compartilhar informações sobre alimentação e nutrição nos diversos meios de comunicação (CFN, 2018). Dentre essas informações, destacam-se também a produção de receitas saudáveis, porém o cenário verificado foi a maior participação da população em geral, muitas vezes sob perfil *fake*, e a menor participação do nutricionista. Tal resultado mostra que o tema alimentação saudável é debatido não apenas por profissionais da nutrição, e pessoas que não são capacitadas podem levar informação não fidedignas à sociedade.

Com a baixa participação dos profissionais da área da saúde, levanta-se a preocupação sobre a cautela e veracidade das informações repassadas nas redes sociais, visto que essas têm potencial de impactar diretamente na saúde de pacientes diagnosticados com diabetes.

De acordo com o International Diabetes Federation, o DM é uma das doenças mais comuns no mundo em que tratamento e controle necessitam que sejam feitas alterações de comportamento em relação a alguns aspectos, como a dieta, administração de medicamentos e estilo de vida. Caso não haja orientação adequada em relação ao tratamento ou sobre as complicações da patologia, podem ser desencadeadas alterações orgânicas e psíquicas que podem se tornar irreversíveis (IDF, 2006).

Através deste trabalho também verificamos que como a diabetes é uma doença com progressão ascendente, o mercado de vendas de produtos

acompanhou esse crescimento. O bloco 02, referente a vendas, foi responsável por 110 postagens, que iriam desde sensores e utilitários a até artigos de vestuário. Isso demonstra a preocupação do mercado em atender as necessidades específicas do grupo dos pacientes diabéticos, visando desde o armazenamento e transporte de insulina até a questão estética.

O bloco referente a sintomatologia apresentou baixo índice de postagens (n=14), o que pode evidenciar ainda mais a progressão da diabetes, pois sendo esta conhecida como uma doença silenciosa somando-se ao fato da população não ter acesso frequente a informações sobre os sintomas dificultando assim a procura por diagnóstico e tratamento precoce. Visto que o diagnóstico precoce de diabetes é um fator importante na qualidade de vida do paciente (IDF, 2021).

Foi verificado também o grande número de postagens (n= 83) relacionadas a relatos de rotina de pacientes com DM1. Esse fato é considerado um ponto positivo, pois, as pessoas com o diagnóstico de DM1 demonstram atenção e cuidado com a doença, mostrando serem capazes de seguir com a rotina e assim sendo fontes de motivação para outros pacientes.

Esta pesquisa coletou dados de perfis com linguagens em português e inglês e seguindo os critérios de inclusão da pesquisa foi verificado que os de língua inglesa superaram em número os de língua portuguesa, e isso pode se dever ao fato dos países que adotam a língua inglesa serem mais numerosos dos que adotam o português.

Uma limitação desse estudo é que apenas com as *hashtags* utilizadas, não pode ter sido possível resgatar tudo sobre o tema dentro da plataforma *Instagram*. Como potencialidade, ressalta-se que a temática do diabetes mellitus tipo 1 é de grande prevalência nas redes sociais, sendo debatido pelas mais diversas esferas da sociedade.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O bloco mais comentado foi o de alimentação saudável e tanto profissionais da saúde quanto nutricionistas publicaram sobre o assunto. Contudo, a baixa frequência de publicações feitas por nutricionistas e a grande participação de perfis de pacientes, blogueiros e lojas, evidencia a necessidade

de maior participação dos profissionais da saúde na disseminação de informações acerca do DM1.

Diante do atual cenário de progressão da doença em nível mundial, é imprescindível que os profissionais da saúde se posicionem e divulguem as informações corretas e fundamentadas para evitar que sejam repassadas informações errôneas a população.

REFERÊNCIAS

CFN. CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTA. Resolução CFN nº 599/2018. Aprova o código de ética e de conduta do nutricionista e dá outras providências. Brasília, 25 de fevereiro de 2018.

FERNANDES, L.S; et al. **Redes sociais e práticas em saúde: influência de uma comunidade online de diabetes na adesão ao tratamento.** Ciência & Saúde Coletiva [online]. 2018, v. 23, n. 10

GABARRON, E; et al. Engaging Social Media Users with Health Education and Physical Activity Promotion. **Public Health and Informatics**, 2021.

INSTAGRAM, site. Disponível em: Instagram | About | Official Site. Acesso em: 15 de junho de 2022.

International Diabetes Federation. IDF Diabetes Atlas, 10th edn. Brussels, Belgium: 2006. Available at: <https://www.diabetesatlas.org>

International Diabetes Federation. IDF Diabetes Atlas, 10th edn. Brussels, Belgium: 2021. Available at: <https://www.diabetesatlas.org>

LIMA, M. A. G. de; et al. Impact of social media on health education actions for the population. **Research, Society and Development**, [S. l.], v. 10, n. 2, p. e10810212231, 2021.

MONTEIRO, V.B.I; *et al.* **Uso da ferramenta de mídia social, instagram, como meio para contribuir na construção do conhecimento, difundir informações científicas e combater “fake news” durante a pandemia da covid-19: relato de experiência.** Revista Extensão & Sociedade, [S. l.], v. 12, n. 1, 2020.

MUZY, J; et al. **Prevalência de diabetes mellitus e suas complicações e caracterização das lacunas na atenção à saúde a partir da triangulação de pesquisas.** Cadernos de Saúde Pública [online]. v. 37, n. 5, 2021.

SANTOS, Fernanda Ferreira dos. **Intervenção alimentar e nutricional em ambiente virtual.** 2020. Dissertação (Pós-graduação em Nutrição em Saúde Pública). Universidade de São Paulo, São Paulo, 2020.

SENSORTOWER. Top Apps Worldwide for August 2020 by Downloads. Disponível em: <https://sensortower.com/blog/top-apps-worldwide-august-2020-bydownloads>.