

INTERAÇÕES ALIMENTO–MEDICAMENTO NO INSTAGRAM: ANÁLISE DA QUALIDADE DA INFORMAÇÃO E DAS MÉTRICAS DE ENGAJAMENTO COMO FERRAMENTAS PARA COMBATER A DESINFORMAÇÃO EM SAÚDE

Antonio Ailton S. da S. Junior, Debora L. E. Pereira, Elisa S. Carneiro Poças, Paula de M. Costa Maciel
paula.maciel@ifrj.edu.br

As interações alimento–medicamento (IAM) representam um importante problema de saúde pública, podendo reduzir a eficácia terapêutica, causar reações adversas e comprometer a adesão ao tratamento. O Instagram, por sua ampla popularidade e disseminação rápida de conteúdo, tornou-se um canal relevante para difundir informações em saúde, mas também um ambiente fértil para a desinformação e a infodemia. Este estudo teve como objetivo avaliar a qualidade, a confiabilidade e o potencial educativo das informações sobre IAM publicadas nesta plataforma, além de caracterizar padrões de engajamento quantitativo e qualitativo que indiquem o alcance e o envolvimento cognitivo dos usuários. Adotou-se uma abordagem mista (quantitativa e qualitativa): a coleta foi manual, realizada em um único dia, a partir de sete hashtags relacionadas ao tema, totalizando 100 publicações iniciais e resultando em 20 após exclusões por duplicidade, publicidade e indisponibilidade. As postagens foram analisadas quanto à presença de referências, identificação de conflitos de interesse, formato comunicativo e profundidade do conteúdo. O engajamento foi mensurado por um Score de Engajamento Ponderado (curtidas = 1; compartilhamentos = 3; comentários = 5), e os comentários foram examinados qualitativamente segundo o esforço cognitivo. Observou-se que apenas 8% das postagens continham referências, sendo 75% delas inacessíveis, e 6% apresentaram conflitos de interesse potenciais. Predominou o formato de divulgação simples (68%), seguido de conteúdo facilitado (24%) e técnico (8%). O engajamento concentrou-se em interações superficiais, enquanto as postagens com linguagem didática e respaldo científico geraram comentários mais elaborados, sugerindo aprendizado ativo e maior reflexão. Conclui-se que existe uma lacuna significativa na qualidade e transparência das informações sobre IAM no Instagram. Assim, reforça-se a necessidade de maior protagonismo dos profissionais de saúde e de instituições acadêmicas na criação de conteúdos digitais acessíveis, verificáveis e baseados em evidências, capazes de promover o conhecimento em saúde e combater a desinformação nas redes sociais.

Palavras-chave: infodemia; conflitos de interesse; engajamento; redes sociais.

Área de conhecimento: Ciências da Saúde

Financiamento: IFRJ.

