



Educação, Informação Comunicação e Saúde: Proteções contra a DESINFORMAÇÃO

**SEMINARIO: EDUCAÇÃO, INFORMAÇÃO, COMUNICAÇÃO E SAÚDE:
PROTEÇÕES CONTRA A DESINFORMAÇÃO**

EIXO TEMÁTICO: GT5 – Temas Livres em Desinformação, Ciência e Saúde

**QUALIDADE E PRECISÃO CIENTÍFICA DE VÍDEOS SOBRE DIETAS DE
EMAGRECIMENTO NO YOUTUBE**

***QUALITY AND SCIENTIFIC ACCURACY OF WEIGHT LOSS DIET VIDEOS ON
YOUTUBE***

Modalidade: Resumo Expandido

Resumo: Com a popularização da divulgação de informações sobre saúde e nutrição em redes sociais surge a necessidade de avaliar a qualidade desses conteúdos. Assim, esse estudo foca na qualidade do conteúdo dos vídeos no YouTube sobre dietas de emagrecimento, destacando as diferenças entre as abordagens adotadas por nutricionistas, outros profissionais de saúde e leigos. Utilizando o instrumento DISCERN para avaliar a qualidade das informações, o estudo encontrou que, em geral, ela foi classificada como moderada e que os vídeos de nutricionistas apresentam informações mais confiáveis e de maior qualidade.

Palavras-chave: Comunicação, Nutricionistas, Saúde, Ética.

Abstract: With the growing popularity of health and nutrition information shared on social media, there is a growing need to assess the quality of such content. This study focuses on the quality of YouTube videos about weight-loss diets, highlighting the differences in approaches adopted by nutritionists, other health professionals, and laypeople. Using the DISCERN tool to evaluate information quality, the study found that, overall, the quality was rated as moderate, and that videos produced by nutritionists provided more reliable and higher-quality information.

Keywords: Communication, Nutritionists, Health, Ethics.

1 INTRODUÇÃO

A ascensão das redes sociais transformou radicalmente a maneira como as informações são disseminadas e consumidas, particularmente no campo da nutrição (WINGERT; CASTRO, 2018). Com a revolução digital, uma ampla gama de conteúdos relacionados à saúde e bem-estar tornou-se acessível ao público, especialmente em

plataformas como Instagram e YouTube, este último sendo a segunda maior plataforma de busca do mundo (GMI, 2023; MOTA et al., 2019; OTHON; COELHO, 2016; PEREIRA; AKUTSU, 2021).

Neste cenário, a distinção entre o conteúdo de nutricionistas, demais profissionais de saúde certificados e influenciadores digitais é crucial, principalmente quando informações imprecisas podem contribuir para a disseminação de “Fake News” e mal-entendidos sobre saúde e nutrição (FRAGA; ROCHA, 2018; SÜTCÜOĞLU et al., 2023; TAMOŠIŪNAITĖ; VASILIAUSKAS; DINDAROĞLU, 2023).

Segundo termos analisados pelo *Google Trend* e *UberSuggest*, “dietas de emagrecimento” é um dos assuntos mais buscados sobre nutrição na internet. Estudos focados no impacto da nutrição nas redes sociais indicam que profissionais da saúde (incluindo nutricionistas) e usuários leigos, estão ativamente engajados em plataformas digitais, produzindo conteúdos e orientações nutricionais (MADATHIL et al., 2015; MARTINOVSKI et al., 2019; MOREIRA, 2021). Esse engajamento pode contribuir para a democratização do acesso ao conhecimento e na promoção de hábitos alimentares saudáveis.

No entanto, a presença de influenciadores, muitas vezes leigos, ressalta a necessidade de avaliar a qualidade e a confiabilidade das informações compartilhadas. Os influenciadores digitais exercem uma função relevante ao aumentar a visibilidade de certos temas. Ao mesmo tempo, eles podem ter um impacto semelhante ao desviar o foco, distraindo o público e, assim, evitando que alguns assuntos sejam discutidos. (KARHAWI, 2021, p. 291).

A análise crítica do conteúdo online e a comparação da qualidade das informações fornecidas por nutricionistas profissionais e influenciadores digitais são essenciais, pois a disseminação de informações de saúde imprecisas ou contraditórias podem ter impactos negativos (GARCIA, 2020; OLIVEIRA, 2022). Assim, pode levar ao desenvolvimento de distúrbios alimentares, como anorexia e bulimia, além de deficiências nutricionais graves, resultando em danos à saúde física e mental (ROYAL SOCIETY FOR PUBLIC HEALTH, 2017). Pode, ainda, aumentar a ansiedade e a confusão entre os indivíduos, dificultando a adoção de hábitos saudáveis, como já demonstrado em estudos sobre os efeitos psicológicos do consumo de conteúdos de saúde nas redes sociais (MACEDO, 2024).

Nesse sentido, ferramentas de avaliação da qualidade do conteúdo de saúde, como o DISCERN são valiosas (CHARNOCK et al., 1999; TAMOŠIŪNAITĖ;

VASILIAUSKAS; DINDAROĞLU, 2023). Nessa direção, este estudo se concentra em uma investigação comparativa do conteúdo e da qualidade dos vídeos publicados no YouTube como fonte de informação sobre dietas de emagrecimento, destacando as diferenças entre as abordagens adotadas por nutricionistas, outros profissionais de saúde e leigos.

2 MÉTODO

Este estudo adotou um formato transversal. Uma busca foi realizada utilizando a ferramenta *YouTube Data Tools* com a palavra-chave “Dieta de emagrecimento”. O *YouTube Data Tools* fornece uma abordagem significativa para a coleta de dados por meio de ferramentas online que permitem aos pesquisadores recuperar informações sobre canais e vídeos do *YouTube* e já foi utilizada em outros contextos de pesquisa no campo da saúde (KHAN; MALIK, 2022).

Os resultados foram refinados para os 200 vídeos mais relevantes conforme os critérios de relevância do YouTube (TAMOŠIŪNAITĖ, 2023). Foi realizada uma filtragem adicional, removendo automaticamente os vídeos com menos de 180 segundos, duração que consideramos insuficiente para conter uma quantidade de conteúdo relevante para essa pesquisa.

Na etapa de avaliação pelos pesquisadores, também foram excluídos aqueles que correspondiam a transmissão ao vivo, vídeos de receita, tinham menos de 180 segundos de conteúdo relevante sobre o tema, fossem de publicidade ou desviassem do tema principal.

Os vídeos remanescentes foram submetidos à análise cega por um discente de nutrição e duas nutricionistas, e posteriormente reavaliados por outra nutricionista para consolidação de divergências, validação e comparação das respostas. Para a análise cega, foi criado um formulário com 4 seções: (a) Caracterização do Vídeo, (b) Avaliação DISCERN, (c) Conformidade Ética (exclusiva para vídeos de nutricionistas, seguindo normas do Conselho Federal de Nutrição), e (d) Observações do Avaliador.

Para a caracterização dos vídeos foram identificados aspectos como canal de publicação, categoria, apresentador, além de métricas de desempenho e de conteúdo, como curtidas, comentários, visualizações e tempo de publicação.

A ferramenta DISCERN (CHARNOCK et al., 1999) é um questionário projetado para avaliar a qualidade da informação em textos sobre opções de tratamento de saúde. Ele inclui 15 perguntas-chave. Estas perguntas avaliam aspectos como a

clareza na explicação das opções de tratamento, a apresentação de benefícios e riscos, e a possível parcialidade da fonte do vídeo. Além disso, o DISCERN inclui uma avaliação geral sobre a qualidade da publicação. A pontuação alcançada em cada resposta é somada para gerar uma pontuação total, que pode variar de muito ruim (menos de 27) a excelente (63-75), passando por faixas de ruim (27-38), regular (39-50) e bom (51-62).

A terceira parte do questionário se deu por uma avaliação dos vídeos feitos exclusivamente por nutricionistas, usando como referência o Código de Ética e Conduta do Nutricionista estabelecido pelo Conselho Federal de Nutrição (CFN, 2018). Foram avaliados os seguintes tópicos: (a) objetivo principal do vídeo, (b) respeito ao pudor, a privacidade e a intimidade própria e de terceiros, (c) utilização de estratégias que pudessem gerar concorrência desleal ou prejuízos à população, (d) estratégias de publicidade e propaganda, (e) divulgação de imagem corporal de si ou de terceiros.

A quarta parte era formada por um espaço para os avaliadores poderem acrescentar observações e comentários relevantes para a análise futura dos vídeos.

Foi utilizado o software Jamovi (versão 2.3) para a análise estatística dos dados. Considerando que a pesquisa não envolveu participantes humanos ou animais e os vídeos estavam disponíveis publicamente, a aprovação de um comitê de ética não se fez necessária.

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

A partir da busca no Youtube *Data Tools* foram recuperados 468 vídeos, sendo selecionados os 200 mais relevantes. Destes, foram excluídos de forma automatizada aqueles com menos de 180 segundos de duração, a partir de uma plataforma de planilhamento de dados. Oitenta e três vídeos (83) foram incluídos na etapa de análise por avaliadores, sendo que 52 não foram considerados elegíveis por não cumprirem os critérios de inclusão, culminando em uma segunda etapa de exclusão. Após as etapas de seleção, um total de 31 vídeos foram considerados elegíveis e avaliados usando o instrumento DISCERN.

3.1 Caracterização dos vídeos

Entre os 31 vídeos incluídos na pesquisa, foi possível identificar maior frequência de alguns canais: um canal teve 5 vídeos, outro 4, outro 2 e os demais, 1

cada. Quanto à fonte de publicação, foram contribuições de 13 nutricionistas, 10 outros profissionais de saúde e 8 leigos. Os vídeos abrangem diversos tópicos, com ênfase em informações gerais sobre tipos de dieta, perda de peso e relatos de casos.

Os dados referentes à caracterização dos vídeos, notam-se variações entre os diferentes grupos de vídeos analisados. A média geral de duração dos vídeos foi de aproximadamente 597 segundos (9min 57s), com um intervalo de tempo médio de 31 meses desde a criação do vídeo até a coleta de dados. O número médio de visualizações situou-se em torno de 400 mil, com uma média de curtidas de aproximadamente 19 mil.

Na comparação entre grupos, percebe-se que os vídeos postados por nutricionistas tiveram uma duração média de 581 segundos, enquanto aqueles postados por outros profissionais de saúde tiveram uma duração média um pouco menor, de 563 segundos. Por outro lado, os vídeos de leigos tiveram média ligeiramente maior, alcançando 677 segundos. Este fato pode ser explicado porque grande parte dos vídeos de leigos estão no grupo de relato de caso, que costumam ser mais longos, pois as pessoas falam mais sobre suas vidas e pontos de vista, além de mostrar seu dia a dia (MOTA *et al.*, 2019).

As métricas de engajamento, como curtidas, comentários e visualizações, mostram variações significativas entre os grupos. Os vídeos de outros profissionais de saúde destacaram-se com uma média de visualizações maior, chegando a 72.865, em comparação com 29.362 para nutricionistas e 30.849 para leigos.

Quanto às categorias gerais dos vídeos, 'Pessoas & Blogs' é a mais prevalente entre os vídeos de nutricionistas, por outro lado, a categoria 'Esportes' sobressai entre outros profissionais de saúde, alinhando a saúde com atividades físicas. Chama atenção a baixa frequência de conteúdos sobre dietas de emagrecimento postados nas categorias “Educação” ou “Ciência e Tecnologia”.

Foi possível observar padrões distintos de conteúdo entre nutricionistas, outros profissionais de saúde e leigos. Os nutricionistas focam predominantemente em 'Tipos de dieta', com 10 dos 13 vídeos analisados abordando este tema, refletindo sua especialização em nutrição. Em contrapartida, 'Perda de peso' é um tópico comum entre outros profissionais de saúde e leigos, cada grupo contribuindo com 4 vídeos nesta categoria. Além disso, 'Relato de caso' se destaca entre os leigos, sugerindo uma preferência por compartilhar experiências pessoais. Há também uma tendência de leigos e outros profissionais de saúde para abordar temas de maneira mais

generalista ou baseada em experiências pessoais (OTHON; COELHO, 2016; PEREIRA; AKUTSU, 2021).

3.2 Classificações dos vídeos segundo instrumento DISCERN

A análise dos vídeos utilizando o instrumento DISCERN revela diferenças notáveis na qualidade da informação, baseadas na fonte dos vídeos. A Tabela 03 mostra que, de maneira geral, a qualidade da informação nos vídeos analisados é moderada, com uma pontuação média total no DISCERN de 40,6, refletindo médias específicas de 21,1 para confiabilidade, 16,6 para tratamento e 2,8 para qualidade. Contudo, uma análise mais aprofundada, conforme a Tabela 1, destaca variações significativas entre as fontes dos vídeos.

Tabela 1 - DISCERN pontuação geral:

	Média	DP	Mínimo	Máximo	p
DISCERN Confiabilidade	21.13	4.985	12	39	0.003
DISCERN Tratamento	16.65	4.855	10	29	0.008
DISCERN Qualidade	2.84	0.969	1	4	< .001
DISCERN Total	40.61	9.333	24	60	< .001

Fonte: Elaborado pelos autores.

Vídeos postados por nutricionistas demonstraram uma qualidade superior, evidenciada por uma maior proporção de vídeos classificados como 'bons' no DISCERN, representando 16,1% dos vídeos analisados. Por outro lado, vídeos de outros profissionais de saúde e leigos apresentaram pontuações mais baixas, com uma tendência maior a serem classificados como 'ruins' ou 'regulares'. Vale ressaltar que nenhum vídeo foi classificado como muito bom.

Tabela 2 - Classificação DISCERN por fonte de upload:

Fonte dos vídeos								
DISCERN Classificação	Nutricionista		Outro profissional de saúde		Leigo		Total	
	(n)	(%)	(n)	(%)	(n)	(%)	(n)	(%)
Muito ruim	0	0	0	0	1	3,2	1	3,2
Ruim	2	6,5	9	29	4	12,9	15	48,4
Regular	6	19,4	1	3,2	3	9,7	10	32,3
Bom	5	16,1	0	0	0	0	5	16,1
Muito bom	0	0	0	0	0	0	0	0

Fonte: Elaborado pelos autores

Vídeos de nutricionistas obtiveram melhores classificações no instrumento DISCERN, refletindo maior confiabilidade e qualidade de informação (Tabela 2). Em contraste, vídeos de outros profissionais de saúde e leigos tendem a ter pontuações mais baixas, muitas vezes classificados como 'ruins' ou 'regulares'.

3.4 Conformidade ética dos vídeos de Nutricionistas

Dos 13 vídeos enviados por nutricionistas submetidos à avaliação de aspectos éticos presentes no formulário, apenas 1 cumpriu todos os cinco aspectos analisados, enquanto os outros 12 atenderam somente a quatro destes. O aspecto mais frequentemente infringido refere-se à abordagem crítica e respaldo técnico-científico para a informação. Observou-se que nenhum dos vídeos analisados apresentou referências às fontes que foram utilizadas para construir o conteúdo. A falta de referências científicas pode questionar a credibilidade e a confiabilidade das informações compartilhadas, aspectos fundamentais para uma educação nutricional eficaz e responsável (FRAGA; ROCHA, 2018; MOTA *et al.*, 2019; GARCIA, 2020; STIRLING, 2021). Além disso, a presença de referências pode servir como leitura complementar, estimulando o aprendizado e a disseminação de informações cientificamente comprovadas.

4 CONCLUSÃO

Através deste estudo, fica evidente que, embora os vídeos de nutricionistas geralmente ofereçam informações de melhor qualidade, muitos falham em não incluir referências científicas, destacando a necessidade de maior responsabilidade ética na criação de conteúdo digital em saúde. Enfatiza-se a importância de avaliar criticamente as informações de saúde online e sugere-se futuras pesquisas que avaliem a qualidade das informações difundidas em outras plataformas ou sobre outros temas de interesse. Conclui-se enfatizando que a comunicação precisa e responsável em saúde é essencial na era digital, tanto para profissionais quanto para o público em geral, a fim de garantir a disseminação de informações confiáveis.

REFERÊNCIAS

CFN. *Código de Ética e de Conduta do Nutricionista*. Brasília: Conselho Federal de Nutricionistas, 2018. v. 1.

CHARNOCK, Deborah *et al.* DISCERN: An instrument for judging the quality of written consumer health information on treatment choices. *Journal of Epidemiology and Community Health*, v. 53, n. 2, p. 105–111, 1999.

FRAGA, Nathália de Almeida; ROCHA, Thaisa Borges. *Uso de estratégias de comunicação e informação por nutricionistas no Instagram: uma análise sob a interpretação do código de ética e de conduta do nutricionista*. . Goiânia: Pontifícia Universidade Católica de Goiás. Disponível em: <<https://repositorio.pucgoias.edu.br/jspui/handle/123456789/787>>. , 2018

GMI. *Youtube Users Statistics 2023*. Gmi. [S.l: s.n.]. Disponível em: <<https://www.globalmediainsight.com/blog/youtube-users-statistics/#videostat>>. , 2023

KHAN, M Laeeq; MALIK, Aqdas. Research YouTube: Methods, Tools, Analytics. n. September, 2022.

MADATHIL, Kapil Chalil *et al.* Healthcare information on YouTube: A systematic review. *Health Informatics Journal*, v. 21, n. 3, p. 173–194, 2015.

MARTINOVSKI, Sasko *et al.* Nutritive Marketing With Special Description of Social Networks As a Marketing Tool. *Knowledge International Journal*, v. 34, n. 1, p. 175–179, 2019.

MOTA, João de Jesus Oliveira *et al.* Análise de conteúdos de posts sobre alimentação divulgados por influenciadoras digitais na rede social Instagram. *Demetra - Alimentação, Nutrição & Saúde*, v. 14, p. 1–18, 2019.

MOREIRA, C. A. (2021). Empreendedorismo digital: avaliação do impacto das redes sociais na área da nutrição clínica. Instituto Politécnico de Lisboa, Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Lisboa. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/10400.21/13984>>. Acesso em 20 de outubro de 2022

OTHON, Renata; COELHO, Maria. A influência do self reality show online na apropriação de práticas de alimentação saudável no Instagram. *Razón y Palabra*, v. 20, n. 94, p. 411–429, 2016. Disponível em: <<https://revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/715>>.

PEREIRA, Sinara Alves; AKUTSU, Rita de Cássia. *Análise de conteúdo de publicações no Instagram sobre alimentação, saúde e estética produzidos por digital influencers sem habilitação em nutrição*. Universidade de Brasília. Brasília: Universidade de Brasília., 2021

ROYAL SOCIETY FOR PUBLIC HEALTH. *#StatusOfMind: Social media and young people's mental health and wellbeing*. Reino Unido: Royal Society for Public Health, 2017. Disponível em: <https://www.rsph.org.uk/static/uploaded/d125b27c-0b62-41c5-a2c0155a8887cd01.pdf>. Acesso em: 24 set. 2024.

SÜTCÜOĞLU, Osman *et al.* *Evaluation of scientific reliability and quality of YouTube videos on cancer and nutrition*. Nutrition. [S.l: s.n.], 2023

**SEMINÁRIO: EDUCAÇÃO, INFORMAÇÃO, COMUNICAÇÃO E SAÚDE: PROTEÇÕES CONTRA A
DESINFORMAÇÃO**

SALVADOR – 29, 30 e 31 de julho de 2025

TAMOŠIŪNAITĖ, Ieva; VASILIAUSKAS, Arūnas; DINDAROĞLU, Furkan. Does YouTube provide adequate information about orthodontic pain? *The Angle orthodontist*, v. 93, n. 4, p. 403–408, 2023.

WINGERT, K. H.; CASTRO, L. R. Marketing para nutrição: Conceitos e ferramentas aliados à prática da nutrição. *Disciplinarum Scientia*, v. 19, n. 3, p. 353–371, 2018. Disponível em: <<https://periodicos.ufn.edu.br/index.php/disciplinarumS/article/view/2699/2252>>.