

## RESUMO

PAES, Santiago Tavares, D.Sc., Universidade Federal de Juiz de Fora, Outubro de 2021. **Qualidade das informações postadas no *Instagram* por *influencers* em atividade física.** Orientador: Moacir Marocolo Júnior

O objetivo deste estudo foi avaliar a qualidade das informações sobre atividade física postadas nas mídias sociais mais utilizadas por indivíduos fisicamente ativos que se exercitem ao ar livre. No entanto, dado o caráter exploratório da pesquisa, dividiu-se a em 2 fases. Inicialmente 463 indivíduos de ambos os sexos foram convidados a preencher um questionário cujas perguntas estavam ligadas ao: perfil sociodemográfico, nível de atividade física, principais objetivos e busca por informações sobre a prática. As coletas iniciaram presencialmente, porém em função da pandemia do COVID-19, migraram para o cenário *online*. Os indivíduos participantes foram inicialmente abordados em espaços públicos na cidade de Juiz de Fora - MG, cuja prática de atividade física era realizada ao ar livre. Posteriormente, em função da pulverização dos questionários *online*, a amostra final apresentou residentes de diversos estados brasileiros. Os resultados descritivos da primeira fase demonstraram que dos 418 indivíduos fisicamente ativos que se exercitam ao ar livre, 16,2% indicaram que se exercitam por conta própria, 22,9 buscaram informações em mídias sociais, sendo o *Instagram* a mais citada, e apenas 33,8% relataram procurar profissionais (89%, professores de educação física), para obter informações sobre atividade física. Posteriormente, foi realizada a fase 2 do estudo que consistiu na análise qualitativa das informações postadas pelos *influencers* em atividade física brasileiros do *Instagram* mais citados pelos participantes. O objetivo foi realizar uma análise exploratória qualitativa sobre o conteúdo produzido por esses *influencers* brasileiros. Para verificar a normalidade dos dados foi utilizado o teste de *Shapiro-Wilk*. O teste de Kruskal-Wallis ou a análise de variância de uma via (*one-way ANOVA*) foi conduzido para verificar as possíveis diferenças entre os grupos para a qualidade dos posts, engajamento, número de seguidores, curtidas e comentários. Além disso, o teste de correlação de Spearman foi realizado para verificar o coeficiente de correlação entre as variáveis do estudo. Os dados foram tabulados e analisados usando IBM SPSS Software de estatística (Versão 23.0, IBM Corporation, Nova Iorque, Estados Unidos) e o nível de significância adotado foi de  $p \leq 0.05$ . Os resultados demonstraram que *influencers* com menor

popularidade, *micro e medioinfluencers*, além de publicarem maior conteúdo informativo sobre a prática de atividade física apresentam maiores critérios de qualidade quanto as informações postadas. Além disso, foi constatado que *influencers* com maior popularidade apresentam menor correlação com critérios de qualidade associados a posts informativos sobre prática de atividade física ( $r=-0.353$ ;  $p<0.05$ ). Em conclusão, indivíduos fisicamente ativos que se exercitam ao ar livre além de buscarem informações sobre prática de atividade física com profissionais, também utilizam mídias sociais, especialmente o *Instagram* para essa finalidade. Adicionalmente, *micro e medioinfluencers* são as categorias de *influencers* em atividade física que mais publicam posts informativos sobre atividade física e com maior número de critérios de qualidade, por outro lado os *posts* informativos das categorias *macro e megainfluencers* apresentam baixa qualidade quanto as informações postadas no *Instagram*.

**Palavras-Chave:** Atividade física. Exercício físico. Mídias sociais. *Instagram*. Busca de informações

## ABSTRACT

PAES, Santiago Tavares, D.Sc., Federal University of Juiz de Fora, October 2021.  
**Quality of information posted on Instagram by influencers in physical activity.** Advisor: Moacir Marocolo Júnior.

The aim of this study was to assess the quality of information about physical activity posted on social media most used by physically active individuals who exercise outdoors. However, given the exploratory nature of the research, it was divided into 2 phases. Initially, 463 individuals of both sexes were asked to fill out a questionnaire whose questions were linked to: sociodemographic profile, level of physical activity, main objectives and search for information about the practice. The collections started in person, but due to the COVID-19 pandemic, they migrated to the online scenario. The participating individuals were initially approached in public spaces in the city of Juiz de Fora - MG, whose physical activity was performed outdoors. Subsequently, due to the spraying of online questionnaires, the final sample included residents from several Brazilian states. The descriptive results of the first phase showed that of the 418 physically active individuals who exercise outdoors, 16.2% indicated that they exercised on their own, 22.9 seek information on social media, with Instagram being the most cited and only 33.8% reported looking for professionals (89% physical education teachers) to obtain information about physical activity. Subsequently, phase 2 of the study was carried out, which consisted of a qualitative analysis of the information posted by the influencers on Instagram Brazilian physical activity most cited by the participants. The objective was to carry out a qualitative exploratory analysis of the content produced by these Brazilian influencers. To verify the normality of the data, the Shapiro-Wilk test was used. The Kruskal-Wallis test or one-way analysis of variance (one-way ANOVA) was conducted to verify possible differences between groups for quality of posts, engagement, number of followers, likes and comments. In addition, Spearman's correlation test was performed to verify the correlation coefficient between the study variables. Data were tabulated and analyzed using IBM SPSS Statistical Software (Version 23.0, IBM Corporation, New York, United States) and the significance level adopted was  $p \leq 0.05$ . The results showed that influencers with less popularity, micro and mediuinfluencers, in addition to publishing more informative content about the practice of physical activity, present higher quality criteria regarding

the information posted. Furthermore, it was found that influencers with greater popularity have a lower correlation with quality criteria associated with informative posts on physical activity practice ( $r=-0.353$ ;  $p<0.05$ ). In conclusion, physically active individuals who exercise outdoors, in addition to seeking information about physical activity with professionals, also use social media, especially Instagram for this purpose. Additionally, micro and mediuinfluencers are the categories of influencers in physical activity that publish the most informative posts about physical activity and with the highest number of quality criteria. On the other hand, the informative posts of the macro and megainfluencers categories have low quality as information posted on Instagram .

**Keywords:** Physical activity. Physical exercise. Social media. Instagram. Information search