

ARTIGO DE REVISÃO NARRATIVA

DESINFORMAÇÃO DAS REDES SOCIAIS NO COMPORTAMENTO

ALIMENTAR

Verônica Ester Reis Souza^{1*}; Cintia Gomes dos Santos Lima ²;

Ana Larissa de Sá Pereira ³, Rednan Barbosa ⁴, Juliana Lauar Gonçalves ⁵

1. Verônica Ester Reis Souza, acadêmica em Nutrição do Centro Universitário UNA campus Linha Verde
RA: 319130609 . E-mail: veronicaester48@gmail.com.
2. Cintia Gomes dos Santos Lima, acadêmica em Nutrição pelo Centro Universitário UNA campus Linha Verde,
RA 320137717. E-mail: cintiadossantos18@hotmail.com.
3. Ana Larissa de Sá Pereira, acadêmica em Nutrição pelo Centro Univiversitário Una campus Linha Verde
RA: 319143783. E-mail: analarissaca14@gmail.com.
4. Rednan Barbosa, acadêmico em Nutrição pelo Centro Univiversitário Una Linha Verde campus Linha Verde
RA: 319142415. E-mail: rednan10@gmmail.com.
5. Juliana Lauar Gonçalves, Professora Adjunta, Centro Universitário Una. Doutora em Imunologia UFMG, email:
juliana.lauar@prof.una.br

RESUMO: *Esse estudo estabelece a relação das mídias sociais com o comportamento alimentar de adolescentes, mulheres e atletas.*

PALAVRAS-CHAVE: *comportamento alimentar e mídias sociais.*

ABSTRACT: *This study establishes the behavior of social media with the eating behavior of teenagers, women and athletes.* **KEYWORDS:** *eating behavior and social media.*

RESUMO

Introdução: Esse estudo visa contribuir no estabelecimento da relação entre as mídias sociais e o comportamento alimentar de adolescentes, mulheres e atletas.

As informações disponíveis nas redes sociais trazem um padrão de alimentação e estilo de vida que não condiz com a maioria dos internautas. **Objetivo:** O objetivo deste estudo foi analisar a influência das redes sociais no comportamento alimentar, com o uso excessivo das redes sociais que desencadeiam uma insatisfação corporal e práticas alimentares inadequadas. **Metodologia:** Trata-se de um estudo de

revisão narrativa, realizado em Agosto e Setembro de 2022. O público deste estudo são adolescentes, mulheres e atletas que sofrem influência no comportamento alimentar devido aos acessos nas mídias sociais (Sites, Facebook®, Twitter®, Tumblr®, Instagram® e Whatsapp®, Tik Tok®). Foi realizada uma ampla pesquisa para a seleção de dados nas bases *Scientific Electronic Library Online (SciELO)* e *PubMed*. Conclusão: Através dos estudos revisados, concluímos que as mídias sociais impactam negativamente no comportamento alimentar das mulheres, adolescentes e atletas, criando corpos inalcançáveis, dietas extremamente restritas e incentivando o consumo de suplementos e medicamentos sem orientação de um profissional habilitado.

Palavras Chaves: Mídias sociais, comportamento alimentar, mulheres, adolescentes, atletas.

ABSTRACT

Introduction: This study aims to contribute to establishing the relationship between social media and the eating behavior of adolescents, women and athletes. The information available on social networks brings a pattern of eating and lifestyle that does not match the majority of Internet users. **Objective:** The objective of this study was to analyze the influence of social networks on eating behavior, with the excessive use of social networks that trigger body dissatisfaction and inappropriate eating practices. **Methodology:** This is a narrative review study, carried out in August and September 2022. The public in this study are adolescents, women and athletes who are influenced by their eating behavior due to access to social media (*Websites Facebook®, Twitter®, Tumblr®, Instagram® Whatsapp® and Tik Tok®*). An extensive search was carried out to select data in the *Scientific Electronic Library Online (SciELO)* and *PubMed* databases. **Conclusion:** Through the reviewed studies, we

concluded that social media negatively impact the eating behavior of women, adolescents and athletes, creating unattainable bodies, extremely restricted diets and encouraging the consumption of supplements and medications without guidance from a qualified professional. **Conclusion:** Through the reviewed studies, we concluded that social media negatively impact the eating behavior of women, adolescents and athletes, creating unattainable bodies, extremely restricted diets and encouraging the consumption of supplements and medications without guidance from a qualified professional.

Keywords: Social media, eating behavior, women, adolescents, athletes.

1. INTRODUÇÃO

Essa influência vem crescendo a cada dia juntamente com número de internautas e acessos às redes sociais (ex: Sites, Facebook®, Twitter®, Tumblr®, Instagram®, Whatsapp® e Tik Tok®), segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística IBGE (2017), o Brasil ganha em média 10 milhões de internautas por ano, sendo o celular o principal dispositivo para esse acesso. A mesma pesquisa mostrou que o Brasil tinha 126,4 milhões de usuários de internet o que representava 69,8% da população com 10 anos ou mais. Um ano antes os internautas somavam 116,1 milhões, 64,7% da população (IBGE, 2017).

O crescimento do uso das mídias sociais começou a desencadear nos internautas depressão e insatisfação corporal o que estão diretamente relacionados com o desenvolvimento de transtornos alimentares, como por exemplo, anorexia, bulimia e vigorexia. O uso das mídias sociais também pode acarretar em mudanças nos hábitos alimentares (Fernandes, 2019). As pessoas começaram a idealizar um corpo perfeito e por trás disso procuram fórmulas como os chamados “Modismos Alimentares”, que incluem dietas restritivas

e uma baixa ingestão de nutrientes que são de extrema importância para o crescimento, desenvolvimento e manutenção das funções vitais do corpo humano (CHAUD;MARCHIONI, 2004).

As informações dispostas nas redes sociais trazem uma realidade que é completamente divergente da maioria dos internautas, com uma ideia de que ter um "corpo perfeito" é o ideal. Esse cenário é composto por padrões impostos que levam a uma autoimagem negativa, baixa autoestima e sentimento de inferioridade nos internautas. Nessa busca constante em atingir a perfeição física, muitas das vezes, os limites fisiológicos são deixados de lado e leva os indivíduos a desenvolverem uma drástica mudança nos hábitos alimentares (PRICHARD, 2018).

O acesso as redes sociais tem grande influência no comportamento alimentar e podem contribuir na construção da imagem corporal. Temas relacionados a alimentação, estética corporal e atividade física estão cada vez mais presentes no dia a dia da população, principalmente dos adultos e adolescentes. As chamadas blogueiras *fitness* (digitais *influencer*) que não vendem só um produto, mas sim um "estilo de vida ideal", com propagandas e comercializações de medicamentos para emagrecimento, suplementos alimentares e programas de emagrecimento com orientações nutricionais em grupos de *Whatsapp*®, sem respeitar a individualidade de cada pessoa (SOARES *et al.*,2020).

Com a ideia de se encaixar nos padrões para atingir a perfeição física, que muitas das vezes é inalcançável a alimentação saudável começa a ser deixada de lado e os internautas ficam em vulnerabilidade, já que o estado nutricional e as particularidades começam a ter menos importância (VAZ, *et al.*, 2014). O indivíduo passa a idealizar mais a "perfeição física" em prol da aceitação social.

Sendo assim, o objetivo deste estudo foi relatar a influência das redes sociais no comportamento

alimentar, com o uso excessivo das redes sociais desencadeiam uma insatisfação corporal e práticas alimentares inadequadas.

2 . DESENVOLVIMENTO

IMAGEM CORPORAL E MÍDIA SOCIAIS

A mídia tem grande influência sobre a imagem corporal. De tempos em tempos há mudanças no comportamento alimentar das pessoas, Barros (2005) diz que “construímos e destruimos nossa imagem corporal. É uma sucessão de tentativas para buscar uma imagem e corpos ideais”.

Segundo Barros (2005), nossa auto-imagem é definida a partir das interferências sociais que sofremos e dos hábitos que criamos, moldando nosso aspecto de existir como seres corporais. Hoje em dia com a tecnologia é possível ter acesso a todo tipo de informação, incluindo a alimentação. As mídias sociais impõem um padrão de “corpo ideal” e com isso acabam influenciando as pessoas, que desejam alcança-lo.

De acordo com Conti *et al.* (2010), as mídias sociais influenciam sobre a percepção corporal. A mídia apresenta um modelo de imagem corporal e as pessoas se apegam a esse modelo que é considerado “perfeito” e buscam métodos para conseguir atingir essa imagem corporal.

A mídia influencia sobre o que é belo, através da exposição de corpos sarados e modelos muito magras (Rowe *et. al* 2011). Então, as pessoas desejam ter esses corpos e através da própria mídia encontram métodos que prometem levar ao corpo perfeito, como dietas da moda (*low carb*, cetogênica, paleolítica, jejum intermitente) e jejuns prolongados que podem desacelerar o metabolismo (PUCCI 2008).

As mídias sociais influenciam homens e mulheres indicando “o corpo ideal”. De acordo com Ribeiro *et. al* (2018), as mulheres buscam pelo corpo mais magro e

os homens pelo corpo musculoso, com isso, seguem dietas de emagrecimento e procuram também por procedimentos estéticos, para se encaixar na imagem corporal idealizada pelas mídias. Em uma pesquisa feita por Coelho *et al.* (2015), 35 mulheres dentre 115, fizeram mais de um procedimento estético, e ainda, 7 dessas mulheres que fizeram mais de um procedimento, estavam insatisfeitas da mesma forma que as mulheres que realizaram apenas um e também como as que não realizaram nenhum.

As mulheres são as mais influenciadas pelas mídias, o padrão de beleza feminino é destaque e as mulheres devem se encaixar nos padrões de beleza de acordo com a tendência e com a moda de cada momento e as mídias dão as dicas para que a mulher busque essa beleza. A mídia causa insatisfação corporal, impondo padrões que levam as mulheres a terem o desejo de mudarem de algum jeito para se adequar nos moldes padronizados e aquelas que não se remodelam aos padrões impostos socialmente, podem passar a se verem de forma negativa (Ribeiro *et al.* (2018).

Através dos influenciadores digitais, são apresentadas “fórmulas” para o emagrecimento, que é tido como o principal fator para o padrão de corpo ideal. O grande problema é que as informações repassadas para se atingir o padrão de beleza imposto pelas mídias, podem causar riscos à saúde das pessoas, visto que, muitas dessas informações vêm de pessoas sem o devido conhecimento nutricional e indicam dietas muito restritivas, o que pode levar aos transtornos alimentares.

Essas influências podem causar impactos físicos e psicológicos. Entre os impactos principais estão: práticas purgativas, como a provocação de vômitos presente em transtornos alimentares como bulimia e anorexia, práticas intensas de atividades físicas, distorção da autoimagem corporal, baixa autoestima e até mesmo, alguns casos podem levar ao óbito (Domingues (2016). As pessoas podem desenvolver

transtornos alimentares enquanto buscam se encaixar em um padrão corporal que é valorizado socialmente, e que para algumas pessoas, muitas vezes é inalcançável de ser atingido (Barbosa e Silva 2016).

MÍDIAS SOCIAIS E MULHERES

As mídias sociais levam as pessoas a acreditarem que é possível alcançar de maneira rápida e fácil, um belo corpo. As pessoas têm sido influenciadas a buscar pelo corpo perfeito, “não atingir o modelo remete o indivíduo a um sentimento de impotência frente ao próprio corpo” Dantas (2011). As mulheres são as que mais procuram estar com o peso ideal e atingir o corpo imposto pela sociedade, pois a mídia exige que as mulheres sejam perfeitas.

Segundo Lira *et al* (2017), percebe-se os efeitos das redes sociais nas diferentes populações, especialmente, no público feminino. De acordo com Barbosa e Silva (2016), “a mulher torna-se prisioneira de uma ditadura da magreza”. Eles afirmam ainda, que dessa forma, a mulher fica vulnerável aos transtornos alimentares, e, crescem junto aos valores estéticos modernos de culto a magreza principalmente ditadas pelo poder da mídia e pelas indústrias da beleza. Isso demonstra que as mulheres são incentivadas a emagrecer para ter o corpo que é imposto pelas mídias sociais, acreditando ser o ideal.

Segundo Soares *et. al*, (2020), cada influenciador se interessa por um assunto em específico e influencia seu público nesse assunto, isso também acontece com as “blogueiras *fitness*”. Em seus perfis nas redes sociais, essas blogueiras influenciam as mulheres divulgando seus corpos esbeltos, informando sobre dietas, exercícios físicos e até a utilização de suplementos, muita das vezes sem orientação nutricional. De acordo com Jacob (2014), “os perfis *fitness* do Instagram® que fazem mais sucesso entre o público comum são aqueles de mulheres em boa situação de vida e que, se

não são ricas, estão muito perto de tal estágio socioeconômico”. Isso mostra que a realidade dessas blogueiras é diferente da realidade da maioria das mulheres, que não possuem os mesmos recursos para seguirem seus exemplos. Dessa forma, a mulher se frustra por não conseguir seguir os passos da blogueira e se sente incapaz de ter o corpo desejado.

Muitas dessas influenciadoras digitais, são patrocinadas por marcas de roupas *fitness*, suplementos e emagrecedores por exemplo. Nesses perfis, as mulheres também encontram as “dietas da moda”, geralmente, as dietas da moda são dietas restritivas, que podem fazer mal à saúde das pessoas. Na maioria das vezes, as mulheres buscam um caminho mais fácil para adquirir um belo corpo e são também influenciadas a consumir “chás emagrecedores”, acreditando que conseguirão emagrecer de forma fácil e rápida, mas podem estar colocando sua saúde em risco com esse método.

Cada mulher possui um corpo diferente, mas isso não é levado em consideração pelas mídias sociais. Consequentemente as mulheres começam a se sentirem acima do peso e as mídias incentivam constantemente a busca pelo emagrecimento, idealizando um padrão de corpo perfeito. Dessa forma, a mulher é influenciada a seguir dietas e utilizarem remédios para auxiliar no emagrecimento de forma mais rápida. “A magreza está associada a sucesso, felicidade, atração, controle e estabilidade. Com isso, é criada uma generalização” (Souto e Ferro-Bucher 2006). Modelos de corpos padrão são estimados e passam a ser desejado pelas mulheres, e o emagrecimento é incentivado constantemente pelas mídias, através de dietas restritas como por exemplo a low carb, cetogênica e jejum intermitente, também são incentivadas a fazer cirurgias plásticas (Lipoaspiração, Abdominoplastia, entre outras). A mulher é então responsável por conquistar o “corpo ideal” e as mídias influenciam em suas opções alimentares e quando a mulher não consegue alcançar seu objetivo de atingir o

“corpo ideal”, se sente incapaz e isso pode levar à práticas de emagrecimento inadequadas e aos transtornos alimentares.

INFLUÊNCIA DAS MÍDIAS SOCIAIS NO COPORTAMENTO ALIMENTAR DE JOVENS ATLETAS

Castro (2021) diz que a quantidade de novos atletas que vem se desenvolvendo, sendo grande parte deles jovens, que vem sendo influenciados pelas mídias sociais. Os desafios propostos por influenciadores de *marketing* digital atualmente tem tomado grandes proporções no meio dos jovens atletas, os conteúdos postados relacionados com a imagem pode ter um impacto negativo na imagem corporal e na escolha alimentar de jovens atletas.

Segundo Rounsefell K. *et al.* (2015) alguns dos pontos importantes que podem aumentar este efeito é seguirem contas de celebridades e de influenciadores digitais, que transmitem ter o estilo de vida perfeito, que prometem formar um atleta sem a supervisão de um profissional da área que podem em alguns casos promover expectativas que não existem.

A pressão para concluir os desafios leva também a um aumento significativo nos jovens que desenvolvem alguns problemas alimentares e psicológicos, alguns se sentem mal por não conseguir esse padrão de vida que é exposta principalmente a rede social instagram (Castro, 2021).

SILVA (2021) realizou um estudo afim de mostrar que embora a maior parte dos atletas tenha conhecimento sobre alimentação e nutrição, são influenciados pelas mídias sociais de forma negativa, com grande consumo de alimentos industrializados, bebidas energéticas, barras nutricionais e dietas muito restritivas. Grande parte dos atletas participantes do estudo, não fazem acompanhamento nutricional apenas seguem contas de atletas e personal *trainers*.

De acordo com Castro (2021), concluiu-se que o aumento do consumo desses conteúdos digitais fez com que o Brasil se tornasse o terceiro país que mais lucra com a venda de suplementos, multivitamínicos e afins, segundo a Associação Brasileira dos Fabricantes de Suplementos Nutricionais e Alimentos para Fins Especiais (Brasnutri) e a maior parte desses produtos vendidos sem nenhum respaldo do profissional. Castro (2021), demonstrou em um estudo que quando falamos da influência de redes sociais no consumo de suplementos alimentares, 31,7% dos jovens atletas afirmam já ter comprado suplementação exclusivamente por influência das redes sociais.

Rounsefell K. *et al* 2020 fez uma revisão e concluiu que a exposição a conteúdos digitais relacionados com a imagem pode ter um impacto negativo na imagem corporal e na escolha alimentar de jovens adultos e atletas, sendo influenciados a consumirem menos do que gastam pra viver, incitam o uso de suplementos, multivitaminicos sem ao menos fazer exames.

Neves (2016) diz que a pressão midiática de corpos perfeitos, muitas vezes impossíveis de se atingir, pode influenciar à condutas alimentares totalmente agressivas a saúde, existem muitas evidências de que é alta a prevalência do comportamento de risco para transtorno alimentar em atletas, dentro desse contexto existem muitos esportes denominados como esportes estéticos e a pressão que as mídias sociais impõem só reforçam tal comportamento.

Castro (2021) diz que a elaboração dos conteúdos postados nas redes sociais devem ser conscientes e que não passem uma falsa realidade para os usuários, levando em conta que os impactos que esses conteúdos tem entre os jovens atletas, principalmente uma vez que são estes os grupos populacionais mais vulneráveis ao desenvolvimento de uma má relação com o corpo e com a alimentação e são o grupo mais fácil de ser influenciados.

A INFLUÊNCIA DAS MÍDIAS SOCIAIS NO COMPORTAMENTO ALIMENTAR DOS ADOLESCENTES

Adolescência é o período de transição entre a infância e a vida adulta, caracterizado pelos impulsos do desenvolvimento físico, mental, emocional, sexual, social e pelos esforços do indivíduo em alcançar os objetivos relacionados às expectativas culturais da sociedade em que vive (Eisenstein, 1999).

Segundo a Organização Mundial da Saúde (OMS), os limites cronológicos da adolescência são definidos dos 10 aos 19 anos, e pela Organização das Nações Unidas (ONU), entre 15 e 24 anos. No Brasil, é considerado adolecente o jovem a partir dos 12 anos de idade completos, até os 18. Essa classificação é dada pela Lei 8.069 de 1990 do Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA). Apesar de existirem tais parâmetros de idade, existem também variações comportamentais e psicossociais, separando a idade cronológica e a biológica, caracterizando a chamada assincronia de maturação (Eisenstein & Souza, 1993). Por isso, outros parâmetros do crescimento e desenvolvimento são analisados através de medidas de peso, altura, idade óssea, entre outras (Damante *et al.*, 1983).

Caracterizada por transformações físicas aceleradas, a adolescência apresenta também propriedades marcantes no comportamento alimentar, e muitos fatores empregam efeito sobre tal comportamento, influenciado por fatores internos, auto-imagem, necessidades fisiológicas e saúde individual, valores, preferências e desenvolvimento psicossocial; e por fatores externos, hábitos familiares, amigos, valores e regras sociais e culturais, mídia, modismos, experiências e conhecimentos do indivíduo (Farthing, 1991). A família tem papel primordial na alimentação de qualquer indivíduo, já que, é ela a responsável por iniciar os hábitos, preparos e compras, transmitindo seu

costumes para as crianças. Os adolescentes tendem a viver o momento atual, não dando importância às consequências de seus hábitos alimentares, que podem ser prejudiciais. Sabe-se que hábitos alimentares inadequados na infância e adolescência podem ser fatores de risco para doenças crônicas e obesidade (Anderson, 1991; Farthing, 1991; Bourne *et al.*, 1994; Sargent *et al.*, 1994 Anding *et al.*, 1996).

Tem se tornado ainda mais frequente entre os adolescentes o consumo de *fast foods*, que por muitas vezes, acabam por substituir refeições com alto valor nutritivo. Esse comportamento tem como justificativa a falta de disponibilidade para se dedicarem a uma refeição, aos costumes “da moda” e pelas preferências individuais. O impacto nutricional dos lanches e *fast foods* pode ser influenciado por alguns fatores como, a frequência de consumo e valores nutricionais dos alimentos escolhidos. Tais preparações podem ser aceitáveis, quando parte de uma dieta adequada e balanceada mas, geralmente apresentam alta quantidade de energia e baixa quantidade de ferro, cálcio, vitamina A e fibras (Bull, 1988).

As mídias sociais veem se tornando uma das principais ferramentas de comunicação, disseminando informações a todo tempo, e contribuindo com criação de hábitos, e influenciando na formação de personalidade. A mídia configura-se, na atualidade, como uma das instituições responsáveis pela educação no mundo moderno, trazendo tanto benefícios como malefícios, respondendo pela transmissão de valores e padrões de conduta e socializando muitas gerações (Setton, 2002).

O maior acesso à mídia na adolescência tem sido associado ao aumento de peso e à menor aptidão física na vida adulta, insatisfação corporal, inabilidade em controlar o peso corpóreo e comportamentos de risco para transtornos alimentares (Benowitz-Fredericks *et al.*, 2012). Nessa fase, as escolhas alimentares se tornam mais autônomas e independentes. Entretanto,

essa maior autonomia nas tomadas de decisões parece estar associada a um aumento de comportamentos alimentares inadequados, ao contrário do que seria desejável (Neumark-Sztainer *et al.*, 2011).

A idealização do corpo perfeito tem se tornado algo cada vez mais presente na sociedade, e a cada dia presenciamos em noticiários, casos de pessoas que buscam se enquadrar nesse estereótipo, se submetendo aos mais diversos procedimentos, colocando a própria vida em risco. Esse comportamento, se faz muito presente em mulheres, como já citado nesse artigo, mas outro grupo tem se destacado a essas condutas: os adolescentes. Na sociedade ocidental contemporânea, o modelo ideal de corpo para adolescentes do sexo feminino é a magreza (Edlund, 1999 e Sherwood, 2001). Para elas, a influência corporal da mídia expressa pelas modelos e o desejo por mais atenção e atração por seus corpos, justificam o desejo pelo corpo magro. Fischer (2002) afirma que os imperativos de beleza, da juventude e da longevidade, sobretudo nos espaços dos diferentes meios de comunicação, perseguem o indivíduo como instrumento de tortura por meio de corpos que são oferecidos como modelos determinando a beleza.

Mesmo parte das idéias centrais abordarem o conhecimento do jovem acerca da influência da mídia em relação ao seu corpo, esse fato não apresenta muita relevância quanto a essa conduta. O adolescente continua assentindo o poder das mídias sociais, necessitando assim de uma intervenção e um policiamento pelos pais e/ou responsáveis, para que assim, possam assegurar um acesso saudável aos conteúdos acessados. Pesquisas inferem que, independente da apresentação corporal, adolescentes são insatisfeitos com seu corpo (Gittelsohn, 1996 e McCabe, 2001). Portanto, é preciso observar os comportamentos desse grupo, para que assim, se faça a intervenção necessária juntamente a uma equipe multidisciplinar, promovendo um direcionamento

correto de condutas, vetando assim, possíveis transtornos psíquicos alimentares.

CONCLUSÃO

Através dos estudos revisados, observamos que as mídias sociais impactam negativamente no comportamento alimentar. A influência das mídias atinge principalmente as mulheres, pois há uma imposição de padrão de beleza.

Tal padrão, envolve a magreza e pode causar insatisfação com a imagem corporal, problemas alimentares e psicológicos. As mídias sociais apresentam dicas sobre alimentação e emagrecimento com informações sem o devido conhecimento e consequentemente influenciam seus seguidores a seguir dietas restritivas, tais dietas podem ocasionar transtornos alimentares como bulimia e anorexia. Intervenções são necessárias para minimizar os impactos negativos das mídias sociais em relação ao comportamento alimentar.

Compete ao nutricionista, desenvolver atividades de planejamento e avaliação da área de alimentação e nutrição, porém, como exposto nesse artigo, por muitas vezes nos deparamos com o exercício ilegal da profissão. Influenciadores digitais que soltam a todo instante nas redes sociais informações sem embasamento, que muitas das vezes afetam a saúde de quem se submete a essas informações. Não há critérios do CRN que venham barrar essas atividades, porém ele atua através de denúncias previamente apuradas, devendo haver constatação, podendo ser encaminhado ao ministério público. É necessário que órgãos de nutrição competentes atuem nas redes sociais, adotando uma postura mais rígida e pontual, no que se concerne ao exercício ilegal da profissão, para que dessa forma, não tenhamos tantos impactos

negativos na saúde de quem recebe essas informações.

O nutricionista pode contribuir levando informações nutricionais as pessoas através das mídias sociais e influenciar positivamente, alertar sobre os riscos à saúde que as dietas restritivas podem causar e informar sobre alimentação e estilo de vida saudáveis por meio das mídias sociais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDERSON, J.J.B. The status of adolescent nutrition. *Nutrition Today*, Baltimore, v.26, n.2, p.7-10, 1991;

ANDING, J.D., KUBENA, K.S., McINTOSH, W.A., O'BRIEN, B. Blood lipids, cardiovascular fitness, obesity, and blood pressure: the presence of potential coronary heart disease risk factors in adolescents. *Journal of the American Dietetic Association*, Chicago, v.96, n.3, p.238-242, 1996;

BARROS, D. D.: Imagem corporal: a descoberta de si mesmo. *História, Ciências, Saúde – Manguinhos*, v. 12, n. 2: p. 547-54, maio-ago. 2005.

BOURNE, L.T., LANGENHOVEN, M.L., STEYN, K., JOOSTE, P.L., NESAMVUNI, A.E., LAUBSCHER, J.A. The food and meal pattern in the urban African population of the Cape Peninsula, South Africa: the BRISK Study. Central African Journal of Medicine, Harare, v.40, n.6, p.140-148, 1994;

BRASIL. Lei 8.069, de 13 de Julho de 1990. Estatuto da Criança e do Adolescente. Brasília: Ministério da Justiça, 1990;

Brasil. Política Nacional de Alimentação e Nutrição. Ministério da Saúde Secr. Atenção à Saúde Dep Atenção Básica. 2013;84;

CALABRESI, C.A.M. Com que corpo eu vou? A beleza e a performance na construção do corpo midiático. Rio Claro: UNESP, 2004;

Castro, Maria Clarisse. A utilização de redes sociais por parte de jovens atletas: alguma associação com o comportamento alimentar. The use of social media by young athletes: any association with eating behaviour; Silva, Jessica Carolina. A influência das mídias sociais sobre o comportamento alimentar: uma revisão; associação com o comportamento alimentar?.SciELO, 2021;

COELHO, Fernanda Dias; CARVALHO, Pedro Henrique Berbert; FORTES, Leonardo de Sousa; PAES, Santiago Tavares; FERREIRA, Maria Elisa Caputo. Insatisfação corporal e influência da mídia em mulheres submetidas à cirurgia plástica. Rev. Bras. Cir. Plást, 2015. DOI: <https://10.5935/2177-1235.2015RBCP0195>;

Conti MA, Bertolin MNT, Peres SV. A mídia e o corpo: o que o jovem tem a dizer? Ciên Saúde Coletiva. 2010;15(4):2095-103;

Dantas, Jurema Barros. Um ensaio sobre o culto ao corpo na contemporaneidade. Estudos e Pesquisas em Psicologia. Rio de Janeiro: v.11, n.3, p.898-912, 2011;

DOMINGUES, Lila Ribeiro Conde. O padrão de beleza imposto pela sociedade brasileira influencia no desenvolvimento de distúrbios psicológicos. Instituto Brasileiro de Direito Público, 2016;

Edlund B, Sjöden PO, Gebre-Medhin M. Anthropometry, body composition and body image in diet and non-dieting 8-16 years old Swedish girls. Acta Paediatrica 1999; 88:537-544;

EISENSTEIN, E. & SOUZA, R.P., 1993. Situações de risco à saúde de crianças e adolescentes. Petrópolis : Vozes, p. 39-45;

FARTHING, M.C. Current eating patterns of adolescents in the United States. *Nutrition Today*, Baltimore, v.26, n.2, p.35-39, 1991;

Gittelsohn J, Harris SB, Thorne-Lyman AL, Hanley AJB, Barnie A, Zinman B. Body image concepts differ by age and sex in a Ojibway-Cree community in Canada. *J Nutr.* 1996; 126(12):2990-3000;

INFLUENCIADORES DIGITAIS NA CONCEPÇÃO DA ESTÉTICA E NOS HÁBITOS ALIMENTARES DE JOVENS E ADULTOS. *Revista Brasileira de Obesidade, Nutrição e Emagrecimento* ISSN 1981-9919 versão eletrônica Periódico do Instituto Brasileiro de Pesquisa e Ensino em Fisiologia do Exercício.

JACOBHE Helena. Redes sociais, mulheres e corpo: um estudo da linguagem fitness na rede social Instagram. Volume 14 – Nº 1 – 1º Semestre de 2014.

Lira AG, Ganen AP, Lodi AS, Alvarenga MS. Uso de redes sociais, influência da mídia e insatisfação com a imagem corporal de adolescentes brasileiras. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/jbpsiq/a/6NrPypcRchnc35RH9GLSYwK/?lang=pt&format=pdf>>. Acesso em 03 de out. 2022.

McCabe M, Ricciardelli L. Parents, peers and media influence on body image and strategies to both increase and decrease body image size among adolescents boy and girls. *Adolescence* 2001; 36(12):226-240;

Neves CM, Meireles JFF, Carvalho PHB, Almeida SS, Ferreira MEC. Insatisfação corporal de adolescentes atletas e não atletas de ginástica artística. *Rev Bras Cineantropom Desempenho Hum* 2016;

Neves CM, Meireles JFF, Carvalho PHB, Almeida SS, Ferreira MEC. INFLUÊNCIA DA MÍDIA E COMPORTAMENTO ALIMENTAR DE ADOLESCENTES ATLETAS E NÃO ATLETAS DE GINÁSTICA ARTÍSTICA;

O. RIBEIRO, M. T., A. P. OLIVEIRA, A., C. SANTOS, G., A. VILLAÇA, L., T. BARRETO, L., D. SANTANA, L., & H. RIBEIRO-ANDRADE, ÉRICA. (2018). A INFLUÊNCIA DA MÍDIA NA IMAGEM CORPORAL. *Humanas Sociais & Aplicadas*, 8(22).

PUCCI, Nídia Denise; FONTES, Belchor; POGGETTI, Renato Sérgio. Avaliação de um esquema de realimentação utilizado após 43 dias de jejum voluntário. *Revista de Nutrição* [online]. Campinas, 2008, vol.21, n.5, p. 503-512. DOI: 10.1590/S1415- 52732008000500003;

PRICHARD, Ivanka et al. The impact of different forms of# fitspiration imagery on body image, mood, and self-objectification among young women. *Sex Roles* v. 78, n. 11-12, p. 789-798, 2018;

Rounsefell K, Gibson S, McLean S, Blair M, Molenaar A, Brennan L, et al. Social media, body image and food choices in healthy young adults: A mixed methods systematic review. *Nutrition & dietetics: the journal of the Dietitians Association of Australia*. 2020;77(1):19-40;

Rowe JF, Ferreira V, Hoch VA. Influência da mídia e satisfação com a imagem corporal em pessoas que realizam cirurgia plástica. *IV Jornada Interestadual de Psicoterapias Corporais*, 2011. Anais; 2 Abr. 2011. Balneário Camboriú: Centro Reichiano; 2011;

SARGENT, R.G., KEMPER, K.A., SCHULKEN, E. Dietary behaviors of South Carolina adolescents. *Journal of the South Carolina Medical Association*, Columbia, v.90, n.6, p.263-269, 1994;

Silva-Nogueira-Barbosa, B. R., & Vieira-da-Silva, L. (2017). A mídia como instrumento modelador de corpos: Um estudo sobre gênero, padrões de beleza e hábitos alimentares || The Media as a Modifier Tool Bodies: A Study on Gender, Standards of Beauty and Eating Habits. *Razón Y Palabra*, 20(3_94), 665–679. Recuperado a partir de <https://www.revistazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/732>.

Souto S, Ferro-Buscher JSN. Práticas indiscriminadas de dietas de emagrecimento e o desenvolvimento de transtornos alimentares. *Campinas: Rev. Nutr.*, 19(6):693-704, nov./dez., 2006;

Sherwood NE, Newmark-Sztainer D. Internalization of the sociocultural ideal: weight-related attitudes and dieting behavior among young adolescent's girls. *Am J Health Promot* 2001; 15(4):228-231;

TURNER, P.G., LEFEVRE, C.E. Instagram use is linked to increased symptoms of orthorexia nervosa. *Eat Weight Disord*. 2017; 22 (2): 277-284. doi: 10.1007 / s40519-017-0364-2;

ULL, N.L. Study of the dietary habits, foods consumption and nutrients intakes of adolescents and young adults. *World Review of Nutrition and Dietetics*, Basel, v.57, p.24-74, 1988;

Vargas EGA. A influência da mídia na construção da imagem corporal. Rev. Bras. Nutr. Clin. 2014; 29 (1): 73-5. Disponível em: <<http://www.braspen.com.br/home/wp-content/uploads/2016/12/12-A-influencia-da-midia-na-construcao-da-imagem.pdf>>. Acesso em: 23 de set. 2022.

VAZ, D.S.S; BENNEMANN, R.M. Comportamento alimentar e hábito alimentar: uma revisão. Revista UNINGÁ Review. Maringá, v. 20, n. 1, p. 108-112, out/dez. 2014. Disponível em: <http://revista.uninga.br/index.php/uningareviews/article/view/1557/1168>. Acesso em: 02 de setembro de 2022.

WHO, World Health Organization. Young People's Health – a Challenge for Society. Report of a WHO Study Group on Young People and Health for All. Technical Report Series 731. Geneva: WHO, 1986;.