Artigo de Revisão

AVALIAÇÃO DA CONDUTA NUTRICIONAL NA REDE SOCIAL: UMA REVISÃO INTEGRATIVA

EVALUATION OF NUTRITIONAL BEHAVIOR ON SOCIAL NETWORKS: AN INTEGRATIVE REVIEW

Álvaro Silson Rodrigues da Silva¹, Danielle Mara da Paixão Sousa¹, Izabela Tereza Estrela dos Santos Oliveira¹, Mariana de Oliveira Souza Pacheco¹, Eunice da Silva Barros²

¹ Discentes do curso de Nutrição do Centro Universitário Una do Barreiro.

² Odontologista, Mestra em Clínicas Odontológicas, Professora Adjunta do Centro Universitário Una de Betim.

RESUMO

O objetivo deste estudo foi avaliar a postura dos nutricionistas e evidenciar as normas obrigatórias que devem ser seguidas nas redes sociais, principalmente na rede Instagram®, para direcionar a uma conduta justa e que visa a promoção e saúde da população. Tratou-se de uma revisão bibliográfica do tipo exploratória, utilizando as bases de dados Scientific Electronic Library Online (SciELO), Literatura Latino-Americana e do Caribe em Ciências da Saúde (LILACS), Pubmed, RUNA-UNA, EBSCO e Biblioteca Virtual em Saúde (BVS). O estudo evidenciou que grande parte dos profissionais nutricionistas são favorecidos com o aumento da popularidade das redes sociais, identificou-se que alguns profissionais atuam a margem da legislação no que tange a ética e conduta no meio digital. Entretanto percebe-se que o Instagram®, tornou-se um espaço benéfico para os nutricionistas e profissionais da saúde, na divulgação e propagação de serviços e especialidades. Diante disso, nota-se que o profissional pode ser favorecido pelo uso das redes sociais, desde que atue com ética e compartilhe informações com embasamento técnico e científico, cumprindo com as normas e condutas impostas pelo Conselho Federal dos Nutricionistas.

PALAVRAS-CHAVE: Redes Sociais Online. Nutricionistas. Uso da internet.

ABSTRACT

The objective of this study was to evaluate the posture of nutritionists and highlight the mandatory rules that must be followed on social networks, mainly on the Instagram® network, in order to direct fair conduct aimed at promoting the health of the population. This was an exploratory bibliographical review, using the Scientific Electronic Library

Online (SciELO), Latin American and Caribbean Literature in Health Sciences (LILACS), Pubmed, RUNA-UNA, EBSCO and Virtual Health Library (VHL). The study showed that most professional nutritionists are favored with the increasing popularity of social networks, it was identified that some professionals work outside the legislation regarding ethics and conduct in the digital environment. However, it is clear that Instagram[®] has become a beneficial space for nutritionists and health professionals, in the dissemination and propagation of services and specialties. In view of this, it is noted that the professional can be favored by the use of social networks, provided that he acts ethically and shares information with a technical and scientific basis, complying with the standards and conduct imposed by the Federal Council of Nutritionists.

KEYWORDS: Online social networking. Nutritionists. Internet usage.

1 INTRODUÇÃO

No mundo atual o crescimento das redes sociais, tem as tornado uma fonte de conteúdo para todas as idades, compartilhando de informações variadas, como: moda, casa, relacionamento, fama, estética e saúde. Um estudo realizado pela Organização das Nações Unidas (ONU) aponta que atualmente cerca de 4,1 bilhões de pessoas estão conectadas a internet (ONU NEWS, 2019).

A literatura evidencia análises que constata que os ambientes virtuais são de grande importância na aprendizagem (FRANÇA; RABELLO; MAGNAGO, 2019). Dentre várias mídias sociais, o Instagram[®] vem se destacando e se tornando uma das redes mais utilizadas, no momento com milhões de usuários acessando simultaneamente (INSTAGRAM..., 2020). Uma de suas maiores

influências está ligada a padrões e estereótipos que reforçam o narcisismo que impactam diretamente sobre hábitos e imagem corporal dos consumidores desta rede, e acarretam grandes impactos, inclusive transtornos alimentares (LIRA *et al.*, 2017).

De acordo com as Diretrizes da Comunidade do Instagram[®], os conteúdos são controlados a fim de preservar os direitos de todos nas redes sociais. As publicações devem ser autênticas, ou seja, não podem ser publicadas fotos e vídeos que foram copiados ou obtidos da internet sem ter o direito autoral. Na plataforma é proibido compartilhar conteúdo de nudez ou violência e o usuário está sujeito a ser banido da plataforma, caso viole suas diretrizes (POLÍTICA..., 2022).

Diante dessa falsa liberdade que as redes sociais propõem, encontramos pessoas que se denominam influenciadores ou

blogueiros que muitas vezes desempenham de forma irresponsável o papel designado ao profissional nutricionista. De modo geral, qualquer sujeito com acesso às tecnologias digitais pode criar conteúdo na internet e influenciar pessoas (RIBEIRO, 2021). O risco dessas influências direciona principalmente jovens e adolescentes, pois estão no processo de construção de sua própria identidade e ficam suscetíveis a comparação e insatisfação com sua vida e autoimagem.

Em um estudo realizado no Reino Unido com 84.011 participantes (10 a 80 anos de idade) comprovou-se que o uso de mídia social e índices de satisfação com a vida é mais negativa em adolescentes na faixa etária 10 a 19 anos (ORBEN *et al.*, 2022). Os adolescentes se identificam com a internet, pois são considerados "nativos digitais", sendo que "nasceram e cresceram" com as tecnologias digitais presentes em suas vidas, dispensando a necessidade de utilizar papel nas tarefas e podendo utilizar o computador (FIM; PEZZI, 2019). Por esse modo, já imersos na internet os adolescentes criaram um vínculo de admiração pelas redes sociais.

De acordo com o relatório da Pew Research Centre (PERRIN;

ANDERSON, 2019) revela que o Youtube, o Snapchat¹² e o Instagram[®] são plataformas dominantes entre os adolescentes, tendo o Facebook deixado de ser a rede social de eleição e aumentando a preferência para o Instagram[®]. Essa opção pela rede Instagram[®] deve-se ao fato de os jovens preferirem comunicar através de conteúdos visuais e estas redes sociais se enquadrarem melhor nesse contexto. A forma como os adolescentes criam e difundem informação na Internet, sobretudo através das suas redes sociais, realça a sua importância como agentes de marketing (ASSUNÇÃO; MATOS, 2014).

Na perspectiva destes indivíduos faz-se necessário um maior cuidado e responsabilidade em relação ao conteúdo publicado nas redes sociais, e é importante destacar que orientações, atendimentos, prescrições de dietas e elaboração de cardápios, devem ser atividades realizadas por profissionais nutricionistas devidamente habilitados para tal, e deve conter data, assinatura e o número de inscrição no Conselho Regional de Nutricionistas (CRN). Destarte, cabe ressaltar que acadêmicos de nutrição só podem realizar atendimentos sob supervisão

direta de um nutricionista, conforme determina a Lei 8.234/91, que regulamenta a profissão de nutricionista (CONSELHO REGIONAL DE NUTRICIONISTAS DA 9ª REGIÃO, 2021).

Sabe-se que as mídias sociais se tornaram uma alternativa de comunicação de grande potência, devemos, portanto, considerar que este ambiente é conveniente para gerar importantes debates sobre a promoção, proteção da saúde e geração de renda (VOOS; MARQUES, 2020). Todavia há profissionais da área da saúde, incluindo nutricionistas, que utilizam de forma errônea as redes para promoção própria, a fim de captar novos clientes (GARCIA, 2020). O nutricionista deve acatar as determinações estabelecidos pelo Código de Ética e Conduta do Nutricionista que visa a preservação os direitos e deveres do profissional e a defesa dos princípios da nutrição (CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS, 2018).

Visto que o uso de aplicativos e redes sociais desempenham a comunicação entre familiares e amigos, e que de forma orgânica amplia-se o uso para âmbito profissional, o objetivo deste estudo foi avaliar a postura dos nutricionistas e evidenciar as normas obrigatórias que devem ser seguidas

nas redes sociais, principalmente na rede Instagram®, para direcionar a uma conduta justa e que visa a promoção e saúde da população.

2 MÉTODO

Optou-se pela realização de uma revisão bibliográfica do tipo integrativa. Estudos desse tipo são escolhidos quando busca-se realizar uma síntese e análise do que já foi produzido acerca do tema investigado (MENDES; SILVEIRA; GALVÃO, 2008).

Para execução deste estudo, realizou-se pesquisas nas bases de dados: Scientific Electronic Library Online (SciELO), Literatura Latino-Americana e do Caribe em Ciências da Saúde (LILACS), Pubmed, RUNA-UNA, EBSCO e Biblioteca Virtual em Saúde (BVS). A pergunta norteadora do estudo foi: “como avaliar o posicionamento profissional e conduta do nutricionista no ambiente digital, usando os benefícios das redes sociais a seu favor?”

A busca concentrou-se em estudos que abordam de alguma forma, a conduta de um profissional nutricionista no âmbito digital. Para esse estudo, foram utilizados os seguintes descritores em português:

"nutrição" e "nutricionistas" combinados com "redes sociais" e "utilização da internet" como também suas versões na língua inglesa: "nutrition" e "nutritionist" combinados com "social networks" e "internet usage". O levantamento dos dados bibliográficos foi realizado por quatro acadêmicos do 8º e 7º período do curso de graduação em nutrição, nos meses de agosto a novembro de 2022.

Os critérios de inclusão foram todos os estudos do tipo revisão sistemática e meta-análise com texto completo disponível, publicados de 2014 a 2022, nos idiomas português e inglês, que abordavam a temática proposta. Foram excluídos estudos duplicados, disponibilizados na forma de resumo e aqueles que não abordavam diretamente a proposta estudada e que não atendiam aos demais critérios de inclusão.

3 DESENVOLVIMENTO

3.1 Criação do Instagram®, funcionamento e introdução na sociedade

Nota-se que as redes sociais apresentam um aumento significativo na adesão de novos usuários, segundo os relatórios da We Are Social e da

Hootsuite, o Instagram® tornou-se a terceira rede social mais usada no Brasil em 2022, com 122 milhões de usuários (VOLPATO, 2022). O aplicativo foi lançado em outubro de 2010, com o intuito de compartilhar fotos e vídeos entre seus usuários, pelo qual empenha-se a busca da aceitação a fim de adquirir validação de demonstrações de curtidas através de likes e esse volume de demonstração de aceitabilidade interfere no status social dentro do aplicativo, tornando o usuário popular.

A velocidade que uma imagem consegue transmitir informações acaba sendo um facilitador para propagar e sintetizar um conjunto de ideias. No Instagram®, o contato com seus respectivos seguidores é feito por imagens e texto complementares. A publicação em si torna-se um meio de comunicação alcançando um determinado público que está em busca do conteúdo apresentado em seu perfil na rede, no âmbito social consumista. A aparência é excepcional para o alcance, e torna-se imprescindível converter a imagem em um produto atrativo e cobiçável (BAUMAN, 2008).

3.2 A velocidade na disseminação de informações nas redes sociais

No ano de 2014, ainda não eram intitulados a Digital Influencers aquelas pessoas que trabalham na mídia social, eram designados como blogueiros, bloggers ou vlogueiros. Em 2015 o termo Digital Influencer passou a ser usado com mais frequência no Brasil, atrelado a uma profissão de acordo com Pereira (2021). O Digital Influencers tem a capacidade de persuasão entre os seus seguidores, pois adquirem confiança e influenciam diretamente em suas escolhas alimentares, práticas de atividades físicas, saúde, estéticas, entre outros, utilizando atualmente o Instagram® como uma das principais redes de divulgação do seu conteúdo pelo rápido retorno que possuem dessa ferramenta (PEREIRA, 2021).

3.3 Performance da plataforma para divulgar serviços de profissionais

No estudo realizado por França, Rabello e Magnago (2019), constata-se que as plataformas digitais passaram a ser utilizadas como forma de informar-se, interagir, gerar conteúdos, entre outros, dessa forma, tornou-se um lugar propício para profissionais da saúde divulgarem seus serviços e especializações. A internet é um grande propulsor do mercado de

trabalho, devido ao seu grande alcance, onde profissionais de todas as áreas têm a oportunidade de expandir e propagar conhecimentos e informações obtendo retorno financeiro para sua carreira pelo fato dessa ferramenta alcançar milhares de pessoas, em razão da grande visibilidade que as redes sociais oferecem.

A própria plataforma do Instagram® tem investido, cada vez mais, em recursos para melhorar a sua usabilidade e transformar o aplicativo em uma plataforma eficiente que ajude as empresas a fazerem suas vendas no ambiente digital disponibilizando uma versão comercial com informações importantes para quem deseja se dedicar aos negócios (FERNANDES, 2018). De acordo com a própria plataforma, 80% dos usuários seguem algum perfil comercial na rede. Foi pensando nisso que, em 2016, foi desenvolvido o Instagram® para empresas (INSTAGRAM..., 2019). Com essa nova modalidade de perfil comercial os profissionais e empresas conseguem ter um alcance maior além da probabilidade de anúncios dentro da plataforma para atrair novos usuários até sua página.

3.4 Script a ser seguido por nutricionistas

O estudo de Santos, Pinto e Silva (2021), identificou que a inserção dos profissionais nutricionistas nas plataformas digitais, com o intuito de gerar conteúdo ou para prospectar clientes de forma ética e científica, deve ser precedida do planejamento de marketing. Destarte, apesar dos escassos estudos que analisam essa relação de marketing digital atrelado à promoção e intervenção da educação alimentar, os autores sugerem a necessidade de ter um roteiro adequado de informações, definir um objetivo para alcançar o público e ter um conhecimento do nicho que deseja atuar fortalecendo a comunicação.

Segundo Matias (2014), o que ganha popularidade nas mídias sociais são as dietas da moda, assim chamadas por se tratar de uma conduta alimentar adotada com a finalidade de atingir objetivos rápidos, que apresentam perda de peso, com restrição de nutrientes e quantidade de alimentos diminuídas, como por exemplo a dieta *low carb*, na qual os carboidratos são extremamente restringidos. Indivíduos que adotam esta dieta devem ter supervisão clínica para que se previna episódios de

hipoglicemia, hipotensão, compulsão alimentar e outras complicações.

3.5 O uso inapropriado das redes sociais para disseminar informações

Diante do que é socialmente reconhecido, informações de alimentação e nutrição são disseminadas na internet não apenas por profissionais da saúde, o que destaca a importância de promover nutricionistas qualificados para ocupar o espaço digital de modo responsável, produzindo e compartilhando conteúdos que agregam benefícios a população (SANTOS; PINTO-E-SILVA, 2021).

Contudo há profissionais que fazem o uso inadequado das redes digitais, incluindo o Instagram®, postando informações e conteúdos a fim de obter vantagens comerciais, como em alguns casos que nutricionistas fazem a utilização do meio para expor evoluções de estética corporal de seus clientes e principalmente a elucidação de marcas de produtos visando a captação de novos clientes (GARCIA, 2020).

3.6 A busca dos padrões de beleza impostos pela sociedade

Visto o crescimento da sociedade na procura de padrões estéticos nas redes sociais, evidencia-se que os graduandos dos cursos de nutrição, educação física e estética, representa um grande número dessa procura, o que é relativamente preocupante por presenciar constantemente a busca pela melhora física, e estão mais sujeitos a busca do corpo padrão perfeito, imposto nas mídias sociais (BATISTA *et al.*, 2015). A influência das mídias e premissas estabelecidas pelo meio social e familiar reforçam a busca por corpos perfeitos, progressivamente mais musculosos e sem gorduras, estimulando valores aos padrões estéticos (SILVA *et al.*, 2010).

3.7 O Código de Ética e de Conduta do Nutricionista e as redes sociais

Em qualquer ambiente o nutricionista deve seguir as condutas impostas pelo Código de Ética e de Conduta do Nutricionista, publicado pela resolução do Conselho Federal de Nutricionistas (CFN) nº 599 de fevereiro 2018, pois o documento garante que os princípios da nutrição sejam valorizados e respeitados, garantindo soberania e segurança alimentar (CONSELHO FEDERAL DE

NUTRICIONISTAS, 2018). O código explana os fundamentos de atuação e as condições dos direitos, dos deveres e dos limites que o profissional poderá desempenhar. A violação dessas normas pode caracterizar punições aos profissionais e acadêmicos de nutrição que desobedecerem tais regulamentos segundo a política de privacidade da meta, empresa que gere a plataforma do Instagram®, é possível realizar denúncias de conteúdos que não estejam em conformidade com as diretrizes, como postagens de “antes e depois” de procedimentos realizados por nutricionistas e ou dietas e planejamentos alimentares, e a melhor maneira de denunciar conteúdo abusivo ou spam no Instagram® é usar a opção Denunciar ao lado do próprio conteúdo.

Desse modo, mesmo com autorização por escrito, é expressamente proibido divulgar imagem corporal de si ou de terceiros, atribuindo resultados a técnica, produtos, equipamentos pois pode não obter a mesma resposta por se tratar de indivíduos distintos e oferecer riscos à saúde (CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS, 2018). Da mesma forma reforça-se que toda informação sobre alimentação e nutrição deve ser analisada criticamente antes de ser

publicada e não pode conter caráter comercial (CONSELHO REGIONAL DE NUTRICIONISTAS DA 9ª REGIÃO, 2021).

Em um estudo conduzido por Garcia *et al.* (2020), 46% de um total de 231 nutricionistas avaliados, descumpriram o artigo 60 do Código de Ética e de Conduta, que proíbe o nutricionista prescrever, indicar, manifestar preferência ou associar sua imagem intencionalmente para divulgar marcas de produtos alimentícios, suplementos nutricionais, fitoterápicos, utensílios, equipamentos, serviços, laboratórios, farmácias, empresas ou indústrias ligadas às atividades de alimentação e nutrição, de modo a não direcionar escolhas, visando preservar a autonomia dos indivíduos e coletividades e a idoneidade dos serviços (CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS, 2018).

3.8 O exercício ilegal da profissão de nutricionista nas redes sociais

No universo das mídias, pessoas que se intitulam “*coaches*” e/ou “digital influencers” (blogueiros) e acadêmicos de cursos da área da saúde, criam perfis nas redes com intuito de passar orientações sobre estilo de vida, exercícios físicos, dicas de alimentação

e nutrição, e também com prescrição de “dietas”, visto que diante de algumas situações ocorrem o exercício ilegal da profissão e que devem ser analisado estes perfis para formalizar a denúncia junto ao CRN, Ministério Público ou diretamente no campo de denuncia disponibilizado pela rede social, em questão o Instagram® (CONSELHO REGIONAL DE NUTRICIONISTAS DA 9ª REGIÃO, 2021).

De acordo com o Conselho Regional de Nutricionistas da 9ª Região (2021), quando se faz necessário a denúncia de exercício ilegal da profissão, elas são encaminhadas para órgãos como Ministério Público e Polícia Civil, por se tratar de contravenção penal. Logo, o Conselho é inapto para conduzir as denúncias e punições de acordo com suas delegacias, mas possuem um canal direto onde a população consegue realizar denúncias, sendo extremamente importante ter provas e informações suficientes para constatar o exercício ilegal da profissão (CONSELHO REGIONAL DE NUTRICIONISTAS DA 9ª REGIÃO, 2021).

Ressalta-se que mesmo acadêmicos de nutrição que exerçam de forma ilegal a profissão, estão passíveis de processo civil e criminal e

condenação em prisão simples, em um período de quinze a três meses ou realizando o pagamento de multa, conforme previsto na legislação (CONSELHO REGIONAL DE NUTRICIONISTAS DA 9ª REGIÃO, 2021).

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Aponta-se que a internet, abrigo das redes sociais, proporciona questionamentos quando o assunto retratado em alguma publicação é do segmento da alimentação, nutrição e comportamento alimentar, principalmente quando realizado por profissionais habilitados, desse modo, é preciso avaliar a postura do nutricionista nas redes sociais, que devem em todas as situações ser realizada com ética e de acordo com a legislação.

Notou-se por meio do estudo que as redes sociais são locais favoráveis a profissionais da saúde, dentre eles os nutricionistas que podem fazer utilização para captação de novos clientes, disseminação de informações para a promoção da saúde com embasamento técnico e científico, sem colocar em risco a saúde da população.

No entanto, evidenciou-se em estudos que citam a imprudência e

irresponsabilidade de algumas pessoas, profissionais e acadêmicos que a utilizam de forma incorreta, exibindo resultados de seus pacientes e os associando ao seu trabalho, realizando planejamento, prescrições de dietas e atendimentos sem estar devidamente habilitado. Os nutricionistas devem se atentar a seguir as regras e normas impostas pelo Código de Ética e Conduta que os direciona em todos outros aspectos da profissão.

O presente estudo enfatiza o grande avanço das mídias sociais e de seus impactos na vida dos usuários, ressalta-se a importância da conduta e ética do nutricionista nas redes sociais, expondo dados que reforçam a atuação destes profissionais e a responsabilidade quando se trata de transmitir informações a respeito de alimentação e nutrição de forma coerente em mídias sociais.

REFERÊNCIAS

ASSUNÇÃO, R. S.; MATOS, P. M. Perspectivas dos adolescentes sobre o uso do Facebook: um estudo qualitativo. **Psicologia em Estudo**, [S.l.], v. 19, n. 3, p. 539-547, set. 2014. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/1413-73722133716>. Acesso em: 27 ago. 2022.

BATISTA, A. *et al.* Dimensão atitudinal da imagem corporal e comportamento alimentar em graduandos de educação física, nutrição e estética da cidade de Juiz De Fora – MG. **Revista da Educação Física/UEM**, [S.l.], v. 26, n. 1, p. 69-77, abr. 2015. Universidade Estadual de Maringá. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.4025/reveducfis.v26i1.23372>. Acesso em: 13 set. 2022.

BAUMAN, Z. **Vida para Consumo**. 1. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2008. 283 p.

CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS (CFN). Resolução CNF nº 599/2018, de 25 de fevereiro de 2018. Aprova o Código de Ética e de Conduta do Nutricionista e dá outras providências. **Diário Oficial da União**: seção 1, Brasília, DF, ano 157, n. 64 p. 182, 4 abr. 2018. Disponível em: <https://www.cfn.org.br/wp-content/uploads/2018/04/codigo-de-etica.pdf>. Acesso em: 03 out. 2022.

CONSELHO REGIONAL DE NUTRICIONISTAS DA 9ª REGIÃO (CRN-9). **Acadêmico de Curso de Graduação em Nutrição: Você sabe o que é o exercício ilegal da profissão?** Belo Horizonte: CRN-9, 2021. Disponível em: <https://crn9.org.br/biblioteca/academic-o-de-curso-de-graduacao-em-nutricao-voce-sabe-o-que-e-o-exercicio-ilegal-da-profissao/>. Acesso em: 06 set. 2022.

ESTUDO da ONU revela que mundo tem abismo digital de gênero BR. **ONU News**, 2019. Disponível em <https://news.un.org/pt/story/2019/11/169371>. Acesso em: 16 out. 2022.
FIM, T. R.; PEZZI, F. A. S. Internet e adolescência: uma intervenção com os adolescentes, pais e professores. **Psicol. rev. (Belo Horizonte)**, Belo Horizonte, v. 25, n. 3, p. 942-959, dez. 2019. Disponível em:

http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1677-11682019000300002&lng=pt&nrm=iso. Acesso em: 30 nov. 2022.

FERNANDES, R. 10 dicas para usar o Instagram de forma profissional. **Techtudo**, 2018. Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/noticias/2018/03/10-dicas-para-usar-o-instagram-de-forma-profissional.ghtml>. Acesso em: 30 de nov. 2022.

FRANÇA, T.; RABELLO, E. T.; MAGNAGO, C. As mídias e as plataformas digitais no campo da Educação Permanente em Saúde: debates e propostas. **Saúde em Debate**, [S.l.], v. 43, n. 1, p. 106-115, ago. 2019. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/0103-11042019s109>. Acesso em: 29 ago. 2022.

GARCIA, M. **Avaliação da utilização de rede social por nutricionistas a partir do código de ética e de conduta do nutricionista**. 2020. 9 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Nutrição) - Universidade do Sul de Santa Catarina, Santa Catarina, Palhoça. Disponível em: <https://repositorio.animaeducacao.com.br/handle/ANIMA/9745>. Acesso em: 17 ago. 2022.

INSTAGRAM faz 10 anos como uma das maiores redes sociais do mundo e de olho no TikTok, para não envelhecer. **G1**, 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2020/10/06/instagram-faz-10-anos-come-uma-das-maiores-redes-sociais-do-mundo-e-de-olho-no-tiktok-para-nao-envelhecer.ghtml>. Acesso em: 28 set. 2022

INSTAGRAM for business: saiba tudo sobre a ferramenta do Instagram para

empresas! **MLabs**, 2019. Disponível em: <https://www.mlabs.com.br/blog/instagram-para-empresas>. Acesso em: 21 out. 2022.

LIRA, A.G. *et al.* Uso de redes sociais, influência da mídia e insatisfação com a imagem corporal de adolescentes brasileiras. **Jornal Brasileiro de Psiquiatria**, [S.l.], v. 66, n. 3, p. 164-171, set. 2017. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/0047-2085000000166>. Acesso em: 05 out. 2022.

MATIAS, M. O. **Dietas da moda: Os riscos nutricionais que podem comprometer a homeostase**. 2014. 96 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Nutrição) - Faculdade Católica Salesiana do Espírito Santo, Vitória, 2014. Disponível em: http://www.ucv.edu.br/fotos/files/TCC_MAYARA_NUTRICO.pdf. Acesso em: 19 out. 2022.

MENDES, K. D. S.; SILVEIRA, R. C. C. P.; GALVÃO, C. M. Revisão integrativa: método de pesquisa para a incorporação de evidências na saúde e na enfermagem. **Texto & context enferm.**, [S.l.], v. 17, n. 5, p. 758-764, 2008. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0104-07072008000400018>. Acesso em: 13 set. 2022.

ORBEN, A. *et al.* Janelas de sensibilidade de desenvolvimento para mídias sociais. **Nat Commun**, [S.l.], v. 13, e1649, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.1038/s41467-022-29296-3>. Acesso em: 07 out. 2022.

PEREIRA, S. A. **Análise de conteúdo de publicações no Instagram sobre alimentação, saúde e estética produzidos por digital influencers sem habilitação em nutrição**. 2021.

40 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Nutrição) - Universidade de Brasília, Brasília, 2021.

PERRIN, A.; ANDERSON M. Share of U.S. adults using social media, including Facebook, is mostly unchanged since 2018. **Pew Research Center**, 2019. Disponível em: <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/04/10/share-of-u-s-adults-using-social-media-including-facebook-is-mostly-unchanged-since-2018/> Acesso em: 20 de out. de 2022.

POLÍTICA de Privacidade. **Instagram**, 2022. Disponível em: <https://privacycenter.instagram.com/policy>. Acesso em: 30 set. 2022.

RIBEIRO, S. S. H. P. Sobre repovoar narrativas. **Civitas - Revista de Ciências Sociais**, [S.l.], v. 21, n. 2, p. 271-281, 24 ago. 2021. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.15448/1984-7289.2021.2.39918>. Acesso em: 19 set. 2022.

SANTOS, F. F.; PINTO-E-SILVA, M. E. M. Ciclo do Marketing Digital como estratégia para otimizar a comunicação de informações ligadas à alimentação e nutrição, na mídia social Facebook. **Demetra: Alimentação, Nutrição & Saúde**, [S.l.], v. 16, p. 1-13, jan. 2021.

SILVA, A. J. B. *et al.* Imagem corporal de praticantes de treinamento com pesos em academias de Londrina, PR. **Revista Brasileira de Atividade Física & Saúde**, [S.l.], v. 15, n. 3, p. 170-175, mar. 2010.

VOLPATO, B. Ranking: as redes sociais mais usadas no Brasil e no mundo em 2022, com insights e materiais. **Resultados Digitais**, 2022. Disponível em:

<https://resultadosdigitais.com.br/market-ing/redes-sociais-mais-usadas-no-brasil/>. Acesso em: 30 nov. 2022.

VOOS, F. L.; MARQUES, M. C. C. A vigilância sanitária no Facebook: potências e fragilidades da comunicação do risco sanitário na esfera digital. **Saúde e Sociedade**, São Paulo, v. 29, n. 1, p. 1-14, abr. 2020. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/s0104-12902020181173>. Acesso em: 19 set. 2022.