

## O impacto das plataformas digitais no padrão alimentar: Uma análise da literatura

The impact of digital platforms on dietary patterns: An analysis of the literature

El impacto de las plataformas digitales en los patrones dietéticos: Un análisis de la literatura

Recebido: 05/06/2024 | Revisado: 17/06/2024 | Aceitado: 19/06/2024 | Publicado: 22/06/2024

**Karoline Cristina Mariano Marques**

ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-6816-3171>

Centro Universitário de Brasília, Brasil

E-mail: [karolinemarques@outlook.com](mailto:karolinemarques@outlook.com)

**Daniela de Araújo Medeiros Dias**

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0272-2608>

Centro Universitário de Brasília, Brasil

E-mail: [daniela.dias@ceub.edu.br](mailto:daniela.dias@ceub.edu.br)

### Resumo

O uso excessivo dos meios digitais pode impactar significativamente a conduta alimentar de jovens e adultos, trazendo consequências negativas para o estado alimentar e psíquico dos indivíduos. O objetivo deste estudo é averiguar como as plataformas digitais influenciam no padrão alimentar de jovens e adultos. Realizou-se uma revisão integrativa da literatura sobre o impacto das plataformas digitais no padrão alimentar associado ao comportamento alimentar predominante nas referências de dados PubMed e no Google acadêmico. Foram selecionados estudos nacionais e internacionais publicados no período de 2010 a 2024, em inglês e português. Foram utilizados também os operadores booleanos “COMPORTAMENTO ALIMENTAR” e “MÍDIAS SOCIAIS” para fazer a soma e o cruzamento dos termos relativos à comportamento alimentar, padrão alimentar, meios de comunicação digital e redes sociais. Os estudos verificados buscaram avaliar a repercussão do uso das plataformas digitais, atuando de modo positivo ou negativo, levando em consideração os aspectos alimentares e condutas de comportamento em níveis distintos. Cabe ressaltar que foram denotadas outras consequências do uso das plataformas digitais no padrão alimentar, como a distorção de imagem e a percepção corporal. O Instagram comanda entre as ferramentas mais acessadas. Salienta-se, portanto, a questão estética de uma fervorosa interferência no comportamento da percepção do corpo em mulheres e a relação aos padrões impostos pela sociedade. É imprescindível ressaltar a relevância da discussão sobre o padrão alimentar e a entrada aos meios digitais na sociedade contemporânea, englobando todas as classes sociais, em especial, no grupo de mulheres.

**Palavras-chave:** Padrão alimentar; Mídia social; Comportamento alimentar; Redes sociais; Nutrição; Estilo de vida, Plataformas digitais; Meios digitais; Internet.

### Abstract

Excessive use of digital media can significantly impact the food conduct of young people and adults, bringing negative consequences to the food and mental state of individuals. The aim of this study is to find out how digital platforms influence the dietary pattern of young people and adults. An integrative literature review was performed on the impact of digital platforms on the eating pattern associated with the predominant eating behavior in the PubMed and Google Academic data references. National and international studies were selected published from 2010 to 2024, in English and Portuguese. Boolean operators “food behavior” and “social media” were also used to sum up and cross the terms related to food behavior, food standard, digital media and social networks. The verified studies sought to evaluate the repercussion of the use of digital platforms, acting positively or negatively, taking into account food aspects and behavioral conduct at different levels. It is noteworthy that other consequences of the use of digital platforms in the food standard were denoted, such as image distortion and body perception. Instagram runs among the most accessed tools. Therefore, the aesthetic issue of a fervent interference in the behavior of body perception in women and the standards imposed by society is emphasized. It is essential to emphasize the relevance of the discussion about the food standard and the entry to digital means in contemporary society, encompassing all social classes, in particular, in the group of women.

**Keywords:** Food Standard; Social media; Eating behavior; Social media; Nutrition; Lifestyle; Digital platforms; Digital media; Internet.

### Resumen

El uso excesivo de los medios digitales puede afectar significativamente la conducta alimentaria de los jóvenes y los adultos, generando consecuencias negativas para los alimentos y el estado mental de las personas. El objetivo de este estudio es descubrir cómo las plataformas digitales influyen en el patrón dietético de jóvenes y adultos. Se realizó una revisión de literatura integradora sobre el impacto de las plataformas digitales en el patrón de alimentación asociado

con el comportamiento alimentario predominante en las referencias de datos académicos de PubMed y Google. Los estudios nacionales e internacionales fueron seleccionados publicados de 2010 a 2024, en inglés y portugués. Los operadores booleanos "comportamiento alimentario" y "redes sociales" también se utilizaron para resumir y cruzar los términos relacionados con el comportamiento alimentario, el estándar de alimentos, los medios digitales y las redes sociales. Los estudios verificados buscaron evaluar la repercusión del uso de plataformas digitales, actuando positiva o negativamente, teniendo en cuenta los aspectos alimenticios y la conducta conductual en diferentes niveles. Es de destacar que otras consecuencias del uso de plataformas digitales en el estándar de alimentos se denotan, como la distorsión de la imagen y la percepción del cuerpo. Instagram se ejecuta entre las herramientas más accedidas. Por lo tanto, se enfatiza el problema estético de una interferencia ferviente en el comportamiento de la percepción corporal en las mujeres y los estándares impuestos por la sociedad. Es esencial enfatizar la relevancia de la discusión sobre el estándar de alimentos y la entrada a los medios digitales en la sociedad contemporánea, que abarca todas las clases sociales, en particular, en el grupo de mujeres.

**Palabras clave:** Estándar de alimentos; Medios de comunicación social; Comportamiento alimentario; Redes sociales; Nutrición; Estilo de vida; Plataformas digitales; Medios digitales; Internet.

## 1. Introdução

A internet tem um grande impacto nas buscas, sem importar o tema, levando em consideração que a internet é uma ferramenta de impacto nas pesquisas de todos os âmbitos, principalmente quando associada a assuntos como: saúde, hábitos saudáveis e os assuntos de cunho nutricional. A utilização da ferramenta de busca para dietas milagrosas não poderia ser desconsiderada, já que é uma grande preocupação, já que não tem nenhuma base científica para sua eficácia e não demonstram as consequências quando são feitas sem o acompanhamento de um nutricionista (Kamiński *et al.*, 2020).

A prática médica tem sido mais e mais acometida pelas notícias e direcionamentos que recebemos por meio dos diversos canais de comunicação existentes. No entanto, a maior incidência dos conteúdos disponíveis não está fundamentada em evidências científicas que possibilitem a utilização segura. Isto é particularmente verdadeiro na área da obesidade, onde ainda existem preconceitos, tabus e visões distorcidas a respeito do paciente e da equipe multidisciplinar (Abeso, 2023).

A procura por um corpo ideal, ditada pela sociedade, atrai muitas pessoas obesas ou com sobrepeso para a internet para a procura de dietas que prometem emagrecimento rápido. A internet é uma ferramenta importante para agilizar as buscas, posto que parte significativa delas oferece dietas populares, dietas para algumas doenças específicas e, em alguns casos, apresenta depoimentos de pessoas que já utilizaram essa "herança", tabelas de calorias e receitas (Abeso, 2023).

Além disso, internet facilitou o ingresso das opiniões e as exposições em relações interpessoais, promovendo um novo modelo de comunicação, surgindo assim, os fóruns e blogs, os indivíduos passaram a ter uma liberdade maior no compartilhamento de ideias e opiniões, principalmente os jovens que utilizam a internet como uma maneira de inclusão, até mesmo para atenuar um modo de expressão que até então são negadas a eles (Bozza *et al.*, 2016).

Assim, a procura por dietas milagrosas nas plataformas digitais não poderia ser desconsiderada, sendo um motivo de grande preocupação, devido grande parte não ter nenhuma base científica para sua eficácia e não demonstram as consequências quando são feitas sem o acompanhamento de um nutricionista (Kaminski *et al.*, 2020).

Há indivíduos que reúnem um vasto montante de seguidores, denominados influenciadores digitais, que possuem uma persuasão extraordinária, a qual transmite a seus seguidores um reconhecimento, confiança e respeito, sobretudo quando são apresentados.

Nesse contexto, as companhias utilizam esses influenciadores como um modo de atingir uma vasta quantidade de pessoas, a fim de promover seus produtos ou serviços (Klotz-silva *et al.*, 2016). Usualmente, aqueles que se utilizam da internet como influenciadores digitais promovem propagandas de dietas mágicas, o que contribui para uma maior adesão por parte dos sujeitos que desejam perder peso de maneira acelerada (Brandão *et al.*, 2020).

Nos últimos anos, o desagrado com a estrutura física tem se mostrado incoerente, sobretudo entre mulheres que se submetem às restrições alimentares, tal como com os métodos de autocontrole e dietas restritivas, o que tem como objetivo não

apenas uma melhora estética, mas também um bem-estar geral, que se relaciona à aceitação e à felicidade. Tendo em vista as dimensões políticas, socioculturais e nutricionais, que, de fato, divergem de encontro ao que é considerado saudável ou não (Passos, *et al.*, 2020).

Ao analisar as redes digitais é notório que a quantidade de publicações relacionadas ao tema do exercício físico é significativa. Existem diversos perfis de blogueiras que incentivam uma vida mais sustentáveis, no entanto, a maioria dessas pessoas não têm a capacitação e a formação adequada em nutrição necessária para promover dicas e notícias a respeito da nutrição (Coll *et al.*, 2010).

Dessa forma, o objetivo do trabalho é averiguar como as plataformas digitais influenciam no padrão alimentar dos seres humanos que buscam um ideal estético, independente da conduta nutricional, comportamental, ambiental e sociocultural que estão inseridas, visando, apenas, um único fim: se encaixar em um ideal de beleza estabelecido sem se preocupar com as consequências da desinformação.

## 2. Metodologia

### 2.1 Metodologia

O presente trabalho realizou uma revisão sistemática integrativa da literatura sobre o impacto das plataformas digitais no padrão alimentar, principalmente associadas a conduta do comportamento na alimentação predominante na base de informações do PubMed e do Google acadêmico, seguindo os requisitos do Anima. (2014). Foram selecionados estudos nacionais e internacionais publicados no período de 2010 a 2024, em inglês e português. Foram utilizados também os operadores booleanos “*COMPORTAMENTO ALIMENTAR*” e “*MÍDIAS SOCIAIS*” para fazer a soma e o cruzamento dos termos relativos à comportamento alimentar, padrão alimentar, mídias sociais, assim como, redes sociais.

### 2.2 Análise de dados

Foi consultado somente referências relacionadas ao tema, contextualizando o papel das plataformas digitais no padrão alimentar. A averiguação dos apuramentos achados ocorreu mediante a leitura do título e do resumo inicialmente e, posteriormente, a leitura do artigo na íntegra a fim de verificar a potencial relevância do estudo.

Os critérios de exclusão foram os artigos e periódicos científicos que não se adequam ao período e as línguas pré-definidas, que utilizam um produto comercial como embasamento, trabalhos com metodologia pouco clara, estudos duplicados e que não atendem à temática proposta para o presente estudo.

Foram incluídos artigos que fizeram relação as redes sociais e ao padrão da alimentação de mulheres, adolescentes, discentes de nutrição, levando em consideração o impacto que a internet e os meios digitais utilizados nela causam na conduta alimentar. Para tanto, em resumo, foi realizada a busca nas bases de dados artigos que contemplassem o descritor “*COMPORTAMENTO ALIMENTAR*” com o filtro acesso livre e, conseqüentemente, realizou-se a busca com a combinação “*COMPORTAMENTO ALIMENTAR AND MÍDIAS SOCIAIS*”. Por conseguinte, mediante os resultados obtidos, realizou-se a exclusão a começar pela leitura de títulos e resumos, removendo-se os estudos que não relacionam à temática proposta.

Os estudos selecionados, por outro lado, seguiram para a etapa de leitura crítica e minuciosa e posterior interpretação dos dados. E por fim, realizou-se a síntese dos resultados obtidos por todos os trabalhos avaliados. Para tanto, foi adotada a seguinte estratégia de busca na literatura:

1. Foram buscados na base de dados artigos que contemplassem o descritor “*COMPORTAMENTO ALIMENTAR*”
2. Foi acrescido o descritor “*MÍDIA SOCIAL*”
3. Foi acrescido o operador booleano “*AND*”.

4. Realizou-se a busca com a combinação: "COMPORTAMENTO ALIMENTAR AND MÍDIAS SOCIAIS"
5. Adicionou-se o filtro: humanos.
6. Foi incluído o filtro de período de publicação entre 2014 e 2024.
7. Foram acrescidos os filtros: teste controlado e aleatório, texto completo gratuito.
8. Realizou-se a exclusão a contar da leitura de títulos e resumos, removendo-se os estudos que não relacionam ao tema
9. Por outro lado, os estudos escolhidos avançaram para uma etapa de análise detalhada e cuidadosa, seguida pela interpretação dos dados.

### 3. Resultados e Discussão

O Quadro 1, a seguir, apresenta o resultado das filtrações realizadas e que se constituem no "corpus" da pesquisa, logo, o material selecionado para ser discutido reflete no que tange a literatura científica específica sobre o tema discutido neste estudo, constituindo-se então em um objeto de saber que possibilita ao leitor ter mais conhecimento sobre o estado atual dos estudos realizados conforme os critérios de seleção.

**Quadro 1** - Estudos sobre mídia social e comportamento alimentar, 2014-2024.

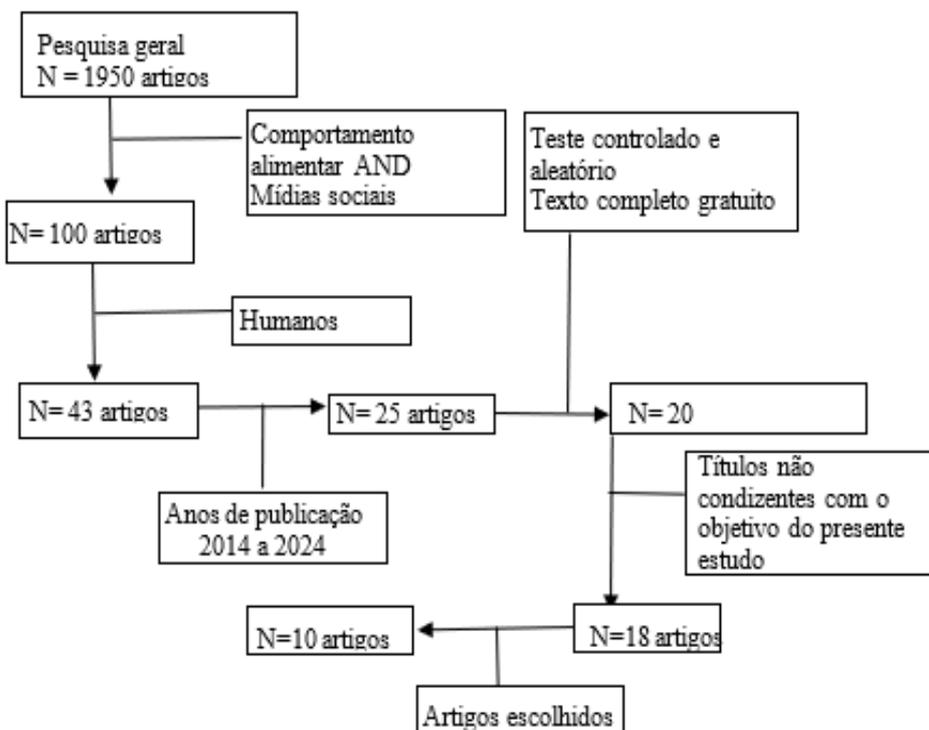
AUTOR/ANO	OBJETIVO	MÉTODOS	RESULTADOS
<b>Benatto (2018)</b>	Avaliar o nível de influência das mídias sociais no comportamento alimentar dos universitários.	Transversal Instagram e WhatsApp (n= 263) estudantes.	Foi verificado que as mídias sociais possuem uma grande influência quando se trata do comportamento dos discentes, de tal maneira na mudança de hábitos alimentares, como no quesito do descontentamento com a imagem corporal.
<b>Costa, Barone. (2023)</b>	Analisar comentários de posts de perfis fitness da rede social Instagram® em meio a pandemia do Covid-19.	Estudo de abordagem "qualiquantitativo", três perfis de influenciadoras fitness, no Instagram.	Foi observado a preocupação dos seguidores com a alteração do comportamento alimentar, a vontade de transformar o próprio corpo, demonstrando como corpo "ideal" aquele modelo postado.
<b>Costa et al. (2019)</b>	Avaliar a associação entre o acesso às redes sociais e ao comportamento alimentar, checagem e satisfação corporal da comunidade universitária.	Transversal (n =127 estudantes) Redes sociais de base do artigo: Facebook, Instagram, Twitter e outras redes sociais.	O Instagram comanda o nível de acesso que contorna as mídias sociais com a temática da estética, da alimentação saudável e de notícias gerais, que se apresentam de forma moderada a muito influentes. Evidencia-se que a estética apresenta uma grande influência no comportamento de checagem corporal em mulheres e que a compreensão corporal está imensamente interligada com o Índice de Massa Corporal.
<b>Grassi et al. (2018)</b>	Mostrar que a mídia e propaganda exerce grande influência no público, a construção de estereótipos e padrões estéticos	Transversal (n=243) Iadultos.	Foi observado que a amostra da pesquisa não se influencia pela mídia, ao contrário do que mostra a literatura. O papel que a mídia evoca na mente e na subjetividade de cada um muda, ainda que quase sempre alcancem o mesmo objetivo, determinar um padrão de beleza.
<b>Lira et al. (2017)</b>	Avaliar relações entre a influência da mídia e o uso de redes sociais na imagem corporal (IC) de adolescentes mulheres.	Transversal (meninas adolescentes estudantes de escola pública N=212) Facebook e Instagram.	As mídias, compreendendo as redes sociais, estão relacionadas ao descontentamento da IC de meninas adolescentes.
<b>Mader et al. (2023)</b>	Investigar até que ponto os utilizadores podem ser influenciados negativamente pelos sites das mídias sociais no que tange à patologia alimentar ou ao comportamento de exercício excessivo e se existem ligações específicas com o transtorno por uso de redes sociais.	Transversal (N=122) SRS (sites de redes sociais - como: facebook, Instagram e Twitter).	Uso internet está relacionado a apreensões ampliadas com a imagem corporal e a distúrbios alimentares em homens e mulheres. Fundamentado nestes resultados, supõe-se que o uso desordenado do SNS (Redes sociais: Facebook, Instagram ou Twitter) podem apresentar um fator de risco importante no contexto do desenvolvimento ou manutenção de transtornos alimentares. No momento, parece que não há distinção entre o uso ativo e passivo do SRS) associado à alimentação e ao comportamento de exercício.

<b>Magalhães; Bernardes; Tiengo (2017)</b>	Avaliar a influência que as blogueiras "fitness" exercem sobre os hábitos alimentares na população por meio da análise de materiais veiculados nas redes sociais.	Transversal (n=120 adultos) rede social como Instagram, Facebook, Twitter.	Ainda que os participantes estejam conectados em várias redes sociais, a maior parte não acompanha uma blogueira "fitness" e mesmo os que seguem, em sua maioria, acabam não tendo interferências pelas suas postagens.
<b>Pepe (2018)</b>	Analisar a percepção da influência de uma rede social no comportamento alimentar de discentes de nutrição.	Transversal (n= 60 estudantes do curso de nutrição) Mídia social: Instagram.	Os efeitos do estudo denotam que os discentes do primeiro período quando comparados com os do sétimo se encontram mais influenciáveis pelos veículos de redes sociais e com uma diminuída maturidade acadêmica. Podendo existir uma conexão do Instagram no progresso de comportamentos alimentares desfavoráveis na saúde dos discentes.
<b>Soares et al. (2023)</b>	Identificar as consequências desencadeadas pelos influenciadores digitais na autoestima de mulheres adultas.	Pesquisa descritiva, quantitativa e transversal. Compuseram a amostra 135 mulheres com idade igual ou superior a 18 anos, todas usuárias das plataformas digitais e seguidoras de influenciadores digitais.	Os resultados denotaram que parte significativa (48,9%) das entrevistadas expuseram autoestima média, em outra considerável parte das entrevistadas (54,1%), elas expressaram não seguir nenhum modelo de regime alimentar.

Legenda: IC - Imagem corporal; IMC - Índice de massa corporal; SNS - Sites de Redes Sociais; SRS - Sites de Redes Sociais. Fonte: Autoria própria.

Mediante os critérios para a inclusão e exclusão, foram identificados 1950 artigos publicados na base de dados. Após a triagem dos títulos e resumos, houve a exclusão de 1850 artigos que não se alinhavam a temática da pesquisa e 52 que não estavam disponíveis gratuitamente. Por fim, conforme os critérios de inclusão, 10 artigos foram revisados e analisados para a verificação da questão levantada, como mostra a Figura 1.

**Figura 1** – Organograma de seleção dos artigos.



Fonte: Autoria própria.

### 3.1 As Plataformas Digitais X Disseminação de Ideias e Conhecimento

Desde 2001, o século das grandes mudanças movidas pelas plataformas digitais, existe um movimento de disseminação das informações no formato de conteúdo, opiniões, conexões entre indivíduos, assim como, compartilhamento de ideias. As grandes plataformas de mídias permitem que os usuários se conectem sem filtros, onde a grande maioria age com liberdade de expressão, dinamismo e sem perder a sua identidade. As vozes entre essas classes não são filtradas por trás de aparelhos eletrônicos, como cita Aguiar e Rosa (2023).

Em 2021 foi constatado que em 90% das residências existia a conexão à internet, cuja ampliação teve um incremento de 6% comparado ao ano de 2019, sendo os celulares, do tipo smartphones, os dispositivos mais utilizados, dados estes demonstrados na pesquisa do IBGE de 2021 (Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua - PNAD - módulo de Tecnologia da Informação e Comunicação). (IBGE, 2021).

A ampliação da internet nos lares brasileiros facilitou o uso e o alcance dos cidadãos aos conteúdos midiáticos de diversas abordagens, inclusive aos que versam sobre nutrição ou padrão de alimentação, segundo Costa e Barone (2023). Além dos meios interação digital online terem tornado mais acessíveis a propagação das informações em si, se tornou uma ferramenta de trabalho igualmente. Ademais, a utilização das plataformas digitais trouxe uma vertente importante sobre a conduta ligada aos alimentos e a sua interferência no desempenho de escolhas alimentares, fornecendo dúvidas e certezas sobre possibilidades do que pode ou não se alimentar, de tal modo que estes meios digitais exercem um forte impacto na demanda alimentar dos indivíduos (Chaud & Marchioni, 2004).

Costa e colaboradores (2019) demonstram uma relação entre a conduta alimentar e plataformas digitais, dado que o Instagram se sobressaiu em relação as outras plataformas digitais, inclusive do Facebook. Relacionado aos temas propostos na pesquisa (amizades, estética, estilo de vida saudável – alimentação-, culinária, exercício físico e notícias) por intermédio da classificação de intensidade - de pouco a moderado - foram analisados os termos de IMC, renda e gênero, sendo as mulheres de maior prevalência no quesito de percepção corporal e modificações na conduta alimentar. Eles salientam que as vias de comunicação da internet são incubidas de disseminar informações sobre o corpo, compondo padrões, influenciando no contentamento ao padrão visual, estético corporal e alimentar.

Almeida e colaboradores (2009) destacam ainda que a presença dos meios digitais nas atividades cotidianas evidencia a necessidade do homem no desenvolvimento da construção de uma sociedade por imagens, criando uma percepção de “padrão ideal” a ser alcançado.

Nesse sentido, Costa e Barone (2023) fundamentam com a análise do comportamento perante os resultados que as plataformas digitais podem gerar, sendo eles atitudes involuntárias nos indivíduos. Ademais, demonstraram com o auxílio de uma investigação dos comentários em um post que os consumidores de conteúdo digital são encorajados a tomar atitudes mediante um post de uma ilustração do corpo que influencia na interação de um organismo e de um ambiente.

Soares e seus colaboradores (2023) averiguaram que os usuários têm preferência por seguir perfis de artistas, sendo 35,5%, seguido de 28,8% blogueiras e apenas 20% seguem perfis de nutricionistas e 15,5% de seus seguidores são de perfis fitness. Cabe destacar que muitos desses perfis podem não ter qualidade e segurança nas informações postadas, podendo acarretar padrões alimentares distorcidos e ainda inadequações alimentares que comprometem a saúde desses usuários.

Em uma avaliação, Pepe (2018) verificou se futuros nutricionistas estariam aptos para elaborar uma distinção das inúmeras informações destiladas nos mecanismos de comunicação. Foi comparado os discentes do primeiro período com os do sétimo período. Os do primeiro eram mais manipuláveis pelas plataformas digitais, visto que a ponderação acadêmica era menor. Já os segundos denotaram a vontade maior de comer, em especial, nos momentos de ansiedade e preocupação. E parte significativa dos discentes do primeiro período manifestaram comer o que se sentiam realizados durante as suas refeições, denotando a sujeição em modificar a aparência corporal pelos modelos de beleza impostos pelas mídias.

### 3.2 As Plataformas Digitais e as Condutas no Aspecto Alimentar

Na atualidade, a condição da nutrição dos indivíduos atrelado ao intenso da internet tem aspectos significativos na conduta alimentar do homem, especialmente se atrelado à questão corporal, sobretudo em indivíduos eutróficos, como constatado na pesquisa de Costa e seus colaboradores (2019).

Segundo especialistas, uma grande influenciadora da conduta alimentar é a mídia que vem trazendo conteúdos inadequados sendo disseminados quando o tema é alimentação, nutrição e formas de emagrecer, assim tais conteúdos encorajam aos chamados “Modismos Alimentares” (Chaud & Marchioni, 2004; Silva *et al.*, 2019).

Além dos aspectos atenuantes da mídia, existem os fatores condicionantes nas atitudes atreladas ao comportamento da alimentação no ser humano que são: os psicológicos, os fisiológicos e os do meio ambiente. Estes exercem grande impacto na vida do indivíduo por influência do meio externo (Alvarenga *et al.*, 2015).

Reforçando esta tese, o padrão de consumo alimentar nas sociedades modernas possui três características fundamentais: o ajuste quantitativo em função das necessidades fisiológicas, a importância dada à qualidade do alimento e a generalização da preferência pelos alimentos industrializados (Oliveira & Thébaud-Mony, 1997).

Ressalta-se ainda a relação do corpo com o sublime ideal de beleza impostos pela web online são mais acentuados quando existe uma explanação a retratos de indivíduos que se encaixam nos modelos de beleza pré-estipulados (Lima *et al.*, 2019).

Fundamentado na associação do corpo e no formidável ideal da beleza imposto, Coll e seus colaboradores (2010), notaram que o perfil de mulheres manifesta transformações maiores de costumes conexos ao estilo alimentar e a execução de exercício físico. À vista disso, as mulheres são mais suscetíveis a opiniões, sugestões ou experiências compartilhadas na internet, sobretudo, nas interações digitais das plataformas online.

Corroborando com esses achados, Lira e colaboradores (2017) verificaram que as plataformas digitais têm grande influência no retrato corporal de meninas adolescentes, sustentando, novamente, o grande poder dos meios digitais no que tange à imagem corporal. O público adolescente com acesso diário declarou muito descontentamento a despeito do retrato corporal, sem contar com a idade, a condição nutricional, a classe social ou escolaridade materna.

Mader e colaboradores (2023) verificaram correlações entre comportamento alimentar restritivo e maiores aflições relacionadas à alimentação, bem como o peso, atrelando uma insatisfação corporal e predizendo uma submissão à autoestima. Notou-se uma ligação entre a alimentação restritiva e a relação com peso e forma em quem tinha uma relação mais intensa com as mídias, acompanhando uma alteração na percepção da figura corporal, atrelada a grande influência na autoestima.

Reforçando esses achados, Santos e seus colaboradores (2020) observaram uma ligação entre percepção e insatisfação do retrato corporal e as dimensões restrita, emocional e global da conduta alimentar. Essencialmente nas mulheres que superestimaram o tamanho corporal, houve uma relação oposta com a dimensão alimentar restritiva e as que subestimaram seu tamanho corporal exteriorizam médias maiores quando comparadas àquelas sem distorção. Já nas mulheres inconformadas pela magreza, houve relação direta entre alimentação restritiva e oposta ao comportamento emocional.

Tiengo e seus colaboradores (2017), alertaram que apesar do intenso uso dos meios digitais, o modelo alimentar era influenciado pela glamourização da vida propagada nas mídias, tal como a aparência e comportamentos.

Ao encontro desses achados, Soares e colaboradores (2023) observaram que os regimes da moda propagados no meio digital têm tido influência na decisão da conduta da alimentação de mulheres. Já que as influências dos perfis de influências digitais estipulam um molde de beleza e afetam a saúde dos indivíduos, levando as mulheres a criarem uma relação de desvalorização com a constituição física, introduzindo atitudes que afligem a relação saudável. Em vista disso, é válido reafirmar a valia de profissionais éticos e responsáveis que propagam e disseminam o modo de uma vida saudável, consciente e embasada. Obedecendo às individualidades dos seres humanos, tendo em vista que cada caso demanda uma conduta nutricional baseada nas suas necessidades.

Pepe e estudiosos (2018) relatam que entre os dois grupos dos discentes de nutrição se difere, os de primeiro período, se equiparam em maior intensidade com os corpos exibidos nos meios da internet. Ainda assim, a pesquisa relata que eles não se equiparam de forma nula, dado que não alimentam um sentimento de não pertencimento e insatisfação.

A pressão do meio externo por entre os meios digitais e os ideais de beleza acabam mobilizando o indivíduo em sua percepção de si e, concomitantemente, na sua autoestima. Atualmente, as relações entre as pessoas estão gradualmente mais efêmeras, sendo a aparência uma impressão física de julgamento importante nas interações sociais. O comportamento se estrutura no que é considerado mais belo ou menos belo. Assim, a beleza passa a ser um valor social que pode garantir sucessos ou fracassos, tanto nas relações interpessoais, quanto na vida profissional (Ferraz *et al.*, 2007; Grassi *et al.*, 2018).

A intimidação proposta pelas plataformas digitais e pelo ideal de beleza impulsionam os indivíduos acerca de si, conseqüentemente, abala a autoestima. Contemporaneamente, a aparência está sendo acentuada, tornando-se uma pauta de julgamento em interações sociais. Definindo padrões entre belezas maiores e menores. Deste modo, a beleza passa a ser um valor que extenua sucesso ou fracasso.

Baseado nos estudos, é notável o impacto nos instrumentos de comunicação digital mediante ações rotineiras da sociedade, destacando as mulheres como o maior público-alvo. Vale ressaltar a importância dos habilitados no âmbito da saúde na disseminação de conhecimento, perpassando pelas individualidades, sobretudo visando o bem-estar nos cuidados de uma vida saudável.

#### **4. Considerações Finais**

Constata-se que as ferramentas de comunicação digital são potenciais responsáveis pelas condutas alimentares da sociedade. Observa-se que, apesar do saber sobre temas relacionados à alimentação e a nutrição, tal como, do impacto que as plataformas digitais desempenham, os indivíduos referem-se à vulnerabilidade em publicidades e propagandas de padrões estéticos ideais. Haja vista esta pesquisa, foi constatado que a mediação entre as principais plataformas digitais associadas a conduta do estado alimentar podem estar conectadas igualmente ao intervalo de consumo a essas ferramentas, dado que foi constatado que quanto mais potencial o seu uso, maior a interferência midiática.

Os jovens e as mulheres denotam estar mais expostos a essa influência, podendo adotar hábitos alimentares desfavoráveis devido ao que observam e distribuem nos mecanismos de comunicação. Esses comportamentos promovem danos à saúde, dado que elevam a probabilidade de causar distúrbios relacionados ao seguimento nutricional e as doenças crônicas, devido ao consumo incorreto de alimentos excessivamente industrializados.

À vista disso, é notável que os meios de redes digitais possuem um impacto significativo nas decisões dos indivíduos, todavia é necessário encorajar a sociedade a conferir os conteúdos apresentados por eles. Procurar referências confiáveis acerca de tópicos recorrentes na internet é de uma enorme ajuda. Verificar documentos elaborados e divulgados por instituições governamentais ou reconhecidas internacionalmente, como o Ministério da Saúde e a Organização Mundial da Saúde, poderia permitir a conexão de dados das redes com registros oficiais, tal qual, evidências empiricamente, diminuindo a ensejo de aderir a condutas alimentares potencialmente prejudiciais ao avanço do desenvolvimento da vida. Um modelo de apontamentos fidedignos é o Guia Alimentar destinado a População Brasileira, nele, existem muitas informações sobre alimentação cabível e benéfica para a saúde.

É necessário desenvolver uma discussão maior sobre o tema discorrido tendo em vista que o acesso às tecnologias está sendo mais assíduo e o impacto na vida da sociedade tem sido de tamanha relevância, essencialmente, no caso de mulheres que são afetadas diretamente com o padrão imposto pela sociedade, tal como, os púberes. Para efeito de conscientização e

disseminação de informação de qualidade, haja vista que o assunto ainda é pouco discutido, é primordial que haja debates e palestras que envolvam a pauta do universo online e o efeito das mídias no que tange o padrão alimentar e a relação com o corpo.

## Referências

- Abeso. (2023). Transtornos alimentares. [https://abeso.org.br/wp-content/uploads/2023/11/ebook\\_transtornosalimentares.pdf](https://abeso.org.br/wp-content/uploads/2023/11/ebook_transtornosalimentares.pdf).
- Aguiar, M. L. C. & Rosa, M. G. S. (2023). A influência das mídias sociais no comportamento alimentar de adolescentes e jovens adultos: uma revisão sistemática. [Repositorio.animaeducacao.com.br. https://repositorio.animaeducacao.com.br/items/280eaf31-d5ab-474b-8a83-a6b5f209728b](https://repositorio.animaeducacao.com.br/items/280eaf31-d5ab-474b-8a83-a6b5f209728b)
- Anima. (2014). Manual revisão bibliográfica sistemática integrativa: a pesquisa baseada em evidências. Grupo Anima. [https://biblioteca.cofen.gov.br/wp-content/uploads/2019/06/manual\\_revisao\\_bibliografica-sistematica-integrativa.pdf](https://biblioteca.cofen.gov.br/wp-content/uploads/2019/06/manual_revisao_bibliografica-sistematica-integrativa.pdf)
- Assis, L. C., Guedine, C. R. C. & Carvalho, P. H. B. (2020). Uso da mídia social e sua associação com comportamentos alimentares disfuncionais em estudantes de Nutrição. *Jornal Brasileiro de Psiquiatria*, 69 (4), 220–7.
- Benatto, A. S. G. L. C., & Castro M. R. P. (2018). *A Influência das Redes Sociais no Comportamento Alimentar dos Universitários*. Trabalho de conclusão de curso, Centro Universitário de Brasília UniCEUB. <https://repositorio.uniceub.br/jspui/bitstream/prefix/13296/1/21553959.pdf>.
- Bozza, T. C. L. (2016). *O uso da tecnologia nos tempos atuais: análise de programas de intervenção escolar na prevenção e redução da agressão virtual*. Dissertação de Mestrado. Faculdade de Educação da Universidade Estadual de Campinas. <https://1library.org/document/ynx3dm1q-tecnologia-analise-programas-intervencao-prevencao-reducao-agressao-virtual.html>.
- Coll, C. V. N., Amorim, T. C., & Hallal, P. C. (2012). Percepção de Adolescentes e Adultos Referente à Influência da Mídia Sobre o Estilo de Vida. *Revista Brasileira de Atividade Física & Saúde. Periodicos.ufpel.edu.br*. <https://periodicos.ufpel.edu.br/index.php/RBAFS/article/view/705>.
- Chaud, D. M. A. e, & Marchioni, D. M. L. (2008). Nutrição e Mídia: Uma Combinação às Vezes Indigesta. [https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/197775/mod\\_resource/content/1/NUTRI%C3%87%C3%83O%20E%20M%C3%8DDIA-%20UMA%20COMBINA%C3%87%C3%83O%20C3%80S%20VEZES%20INDIGESTA.pdf](https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/197775/mod_resource/content/1/NUTRI%C3%87%C3%83O%20E%20M%C3%8DDIA-%20UMA%20COMBINA%C3%87%C3%83O%20C3%80S%20VEZES%20INDIGESTA.pdf)
- Costa, M. L. (2018). Associação entre o uso de mídias sociais e comportamento alimentar, percepção e checagem corporal. TCC (Graduação) - Curso de Nutrição, Universidade Federal do Rio Grande do Norte. <https://repositorio.ufrn.br/handle/123456789/34680>
- Costa, P. D. da S. N. da, & Barone, B. (2023). A influência das mídias sociais no comportamento alimentar no contexto da pandemia Covid – 19. *Revista Multidisciplinar Da Saúde*, 5(2), 48–63.
- Da Costa Brandão, L., Atala Alves, A. C. C., Soares do Amaral, D. L. A., & Gonçalves de Oliveira Fialho, C. (2020). Mídia e alimentação saudável: relato de experiência de uma proposta para sala de aula. *Lynx*, 1(1). DOI: <https://doi.org/10.34019/2675-4126.2020.v1.25596>. <https://periodicos.ufjf.br/index.php/lynx/article/view/25596>.
- Grassi, C. F., Ivone, G., Lidiane, I., & Filippin, I. (2018). A influências da mídia sobre as mulheres em busca de um corpo perfeito. Universidade La Salle. Recuperado de <https://anais.unilasalle.edu.br/index.php/sefic2018/article/view/917/861>.
- Kato De Moura, T., Thomazello, M., & Fernandes, M. (2013). A Influência da Mídia na Alimentação: A Moda do *Slow Food*. [https://www.inicepg.univap.br/cd/INIC\\_2013/anais/arquivos/RE\\_1021\\_0896\\_01.pdf](https://www.inicepg.univap.br/cd/INIC_2013/anais/arquivos/RE_1021_0896_01.pdf)
- Klotz-Silva, J., Prado, S. D., & Seixas, C. M. (2016). Comportamento Alimentar no Campo da Alimentação e Nutrição: Do que estamos falando? *Physis: Revista de Saúde Coletiva*, 26(4), 1103–1123. 10.1590/S0103-73312016000400003
- Lira, A. G., Ganen, A. de P., Lodi, A. S., & Alvarenga, M. dos S. (2017). Uso de Redes Sociais, Influência da Mídia e Insatisfação com a Imagem Corporal de Adolescentes Brasileiras. *Jornal Brasileiro de Psiquiatria*, 66(3), 164–171. 10.1590/0047-2085000000166
- Mader, L., Müller, K. W., Wölfling, K., Beutel, M. E., & Scherer, L. (2023). *Is (Disordered) Social Networking Sites Usage a Risk Factor for Dysfunctional Eating and Exercise Behavior? International Journal of Environmental Research and Public Health*, 20(4). 10.3390/ijerph20043484
- Magalhães, L. M., Bernardes, A. C. B. e, & Tiengo, A. (2017). A Influência de Blogueiras *Fitness* no Consumo Alimentar da População. *RBONE - Revista Brasileira de Obesidade, Nutrição E Emagrecimento*, 11(68), 685–692. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6301520>
- Martinelli, S. S., & Cavalli, S. B. (2019). Alimentação Saudável e Sustentável: Uma Revisão Narrativa Sobre Desafios e Perspectivas. *Ciência & Saúde Coletiva*, 24(11), 4251–4262. 10.1590/1413-812320182411.30572017
- Martins Santos *et al.* (2021). Comportamento Alimentar e Imagem Corporal em Universitários da Área de Saúde. *Jornal Brasileiro de Psiquiatria*, 70(2), 126–133. 10.1590/0047-2085000000308
- Ministério da Saúde (2020). Vigilância de Fatores de Risco e Proteção para Doenças Crônicas por Inquérito Telefônico. [https://bvsms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/vigitel\\_brasil\\_2019\\_vigilancia\\_fatores\\_risco.pdf](https://bvsms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/vigitel_brasil_2019_vigilancia_fatores_risco.pdf).
- Sampaio, P., Maína, P., Pereira, R., & Brasília, C. (2018). *Percepção da Influência de Uma Rede Social no Comportamento Alimentar de Graduandos do Curso de Nutrição de Uma Faculdade do DF*. Memorando, Centro Universitário de Brasília UniCEUB <https://repositorio.uniceub.br/jspui/bitstream/235/12632/1/21486384.pdf>.

Silva, J. C. M. da. (2021). *A Influência das Mídias Sociais Sobre o Comportamento Alimentar: Uma Revisão*. Trabalho de conclusão de curso, Universidade de Brasília. *Bdm.unb.br*. <https://bdm.unb.br/handle/10483/30856>

Silva, S., & Pires, P. (2019). A influência da mídia no comportamento alimentar de mulheres adultas. *Revista Terra & Cultura: Cadernos De Ensino E Pesquisa*, 35(69), 53-67. <http://periodicos.unifil.br/index.php/Revistateste/article/view/1172>

Soares, W. D., Souza, F. M. G. A. de, Veloso, F. J. R., Corrêa, P. D. S., Cruz, A. F. P. da, & Hott, K. P. S. (2023). Influenciadores digitais na autoestima e hábitos alimentares de mulheres adultas. *RBNE - Revista Brasileira De Nutrição Esportiva*, 17(103), 137-143. <https://www.rbne.com.br/index.php/rbne/article/view/2101>