

CENTRO UNIVERSITÁRIO BRASILEIRO – UNIBRA  
CURSO DE BACHARELADO EM NUTRIÇÃO

ALYCIA PAULA DA FONSECA  
MONIQUE ANDREZA DA SILVA

**COMPORTAMENTO ALIMENTAR E IMAGEM  
CORPORAL FEMININA: UM ESTUDO DA  
INFLUÊNCIA DAS REDES SOCIAIS.**

RECIFE/2021

ALYCIA PAULA DA FONSECA  
MONIQUE ANDREZA DA SILVA

**COMPORTAMENTO ALIMENTAR E IMAGEM  
CORPORAL FEMININA: UM ESTUDO DA  
INFLUÊNCIA DAS REDES SOCIAIS.**

Artigo apresentado à UNIBRA – Centro Universitário Brasileiro,  
como requisito parcial para obtenção do título de bacharel em  
Nutrição.

Professora Orientadora: Profa.Helen Maria Lima da Silva

RECIFE/2021

Ficha catalográfica elaborada pela  
bibliotecária: Dayane Apolinário, CRB4- 2338/ O.

F676c Fonseca, Alycia Paula da  
Comportamento alimentar e imagem corporal feminina: um estudo da  
influência das redes sociais / Alycia Paula da Fonseca, Monique Andreza  
da Silva. - Recife: O Autor, 2021.

25 p.

Orientador(a): Ma. Helen Maria Lima da Silva.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Centro Universitário  
Brasileiro – UNIBRA. Bacharelado em Nutrição, 2021.

Inclui Referências.

1. Comportamento alimentar. 2. Imagem corporal. 3. Rede social. 4.  
Sexo feminino. I. Silva, Monique Andreza da. II. Centro Universitário  
Brasileiro - UNIBRA. III. Título.

CDU: 612.39

*Dedicamos esse trabalho aos nossos pais.*

## **AGRADECIMENTOS**

Agradecemos a Deus, pelo dom da vida, sabedoria, saúde e por permitir acordar todos os dias com coragem e dedicação. Aos nossos pais, pelo amor, carinho, paciência, ensinamentos, educação e todo o suporte necessário. A nossa orientadora, pela sua disponibilidade, em ser nossa companheira nesse momento tão desafiador.

*“Tudo tem sua beleza. Mas nem todo mundo consegue enxergá-la.”*  
*Confúcio*

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>11</b>
<b>2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA .....</b>	<b>12</b>
<b>2.1 REDES SOCIAIS .....</b>	<b>12</b>
<b>2.2 COMPORTAMENTO ALIMENTAR .....</b>	<b>12</b>
<b>2.3 IMAGEM CORPORAL .....</b>	<b>13</b>
<b>3 DELINEAMENTO METODOLÓGICO .....</b>	<b>13</b>
<b>4 RESULTADOS E DISCUSSÕES .....</b>	<b>16</b>
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>21</b>
<b>6 REFERÊNCIAS .....</b>	<b>22</b>

## COMPORTAMENTO ALIMENTAR E IMAGEM CORPORAL FEMININA: UM ESTUDO DA INFLUÊNCIA DAS REDES SOCIAIS.

<sup>1</sup> Alycia Paula da Fonseca

<sup>2</sup> Monique Andreza da Silva

<sup>3</sup> Helen Maria Lima da Silva

**Resumo:** Os padrões de imagem corporal é notado com frequência no decorrer da propagação que as redes sociais está tendo nos dias de hoje, desencadeando riscos como transtornos alimentares e distúrbios de imagem. Esse estudo tem o objetivo de avaliar qual a proporção que essas redes tem na influência de transtornos alimentares e imagem corporal quando se trata do sexo feminino. Realizado o seguinte estudo feito a partir de uma revisão literária nas bases de dados SCIELO, Google Acadêmico, manuais livros no período de dezoito anos (2003 até novembro de 2021). Utilizamos para a busca os critérios de inclusão: comportamento alimentar, imagem corporal, redes sociais e sexo feminino. Os critérios de exclusão utilizados foram: Homem, Criança, Redes de Comunicação (TV e Rádio). Foram selecionados 6 artigos, todos evidenciando a influência das redes sociais diante da imagem corporal de indivíduos, especialmente do sexo feminino, onde mostra que a maioria está insatisfeita com seu corpo, podendo desenvolver transtornos alimentares, envolvendo problemas físicos e psicológicos. Pode-se concluir que a construção da imagem corporal está interligada principalmente as concepções mediante a sociedade e cultura, porém as formas apresentadas pela sociedade estão constantemente em modificação, levando a conflitos intra e extra corporais, assim o sexo feminino caminham em busca de atingir o ideal de beleza estabelecido pela sociedade. Quando se trata de nutrição e repasse de informações à população, a individualidade é bastante importante para que possa atingir os objetivos desejados.

**Palavras-chave:** Comportamento Alimentar; Imagem Corporal; Rede Social; Sexo Feminino.

---

1 Alycia Paula da Fonseca - Graduanda do Curso de Nutrição do Centro Universitário UNIBRA. E-mail: alycia2019@hotmail.com

2 Monique Andreza da Silva - Graduanda do Curso de Nutrição do Centro Universitário UNIBRA. E-mail: moniqueandz2@gmail.com

3 Helen Maria Lima da Silva, Nutricionista, Mestre em Ciência e Tecnologia de Alimentos. Professora do Centro Universitário UNIBRA. E-mail: helen.silva@grupounibra.com.



## **EATING BEHAVIOR AND FEMALE BODY IMAGE: A STUDY THE INFLUENCE OF SOCIAL NETWORKS.**

<sup>1</sup> Alycia Paula da Fonseca

<sup>2</sup> Monique Andreza da Silva

<sup>3</sup> Helen Maria Lima da Silva

**Abstract:** The body image patterns are frequently notice during the spread that social networks are having these days, triggering risks such as eating disorders and image disorders. This study aims to assess the proportion that these network have in the influence of eating disorders and body image when it comes to females. The following study was carries out based on a literature review in SCIELO, Google Academic, manuals database, books in a period of eighteen years (2003 to November 2021). We used the following inclusion criteria for the search: eating behavior, body image, social networks and female gender. The exclusion criteria used were: Man, Child, Communication Networks (TV and Radio). Six articles were selected, all showing the influence of social networks on the body image of individuals, especially females, which shows that most are dissatisfied with their bodies, and my develop eating disorders, involving physical and psychological problems. It can be concluded that the construction of body image is mainly interconnected with conceptions through society and culture, but the forms presented by society are constantly changing, leading to intra and extra-corporeal conflicts, so the female sex walks in search of achieving the ideal of beauty established by society. When it comes to nutrition and transfer of information to the population, individuality is very important for you to achieve the desired goals.

**Keywords:** Feeding Behavior; Body Image; Social Network, Women.

## 1 INTRODUÇÃO

Os meios de redes sociais são veículos responsáveis pela expansão de informações que circulam em tempo real. As tecnologias estão sendo utilizadas diariamente pela sociedade e o processo de comunicação tradicional vem sofrendo transformações, que evolui de forma extraordinária tendo as redes sociais como fonte de divulgação, as empresas pensando nisso modificaram a forma com qual se comunicava com seus consumidores baseados em ações e experiências.

Com isso, esses indivíduos passaram a ter um reconhecimento na formação das suas opiniões, criando suas próprias redes sociais e conseguindo uma quantidade enorme de seguidores próprios que servem para ajudar as marcas em anúncio de produtos e serviços, devido ao reconhecimento e confiança que transmitem para seus seguidores. (NEVES et al., 2016; ALMEIDA et al., 2018).

Torna-se comum a utilização dos meios sociais como referências sobre vários conteúdos através de *hashtags*, facilitando na busca de perfis e assuntos desejados e de maneira mais rápida, as páginas que expõem alimentação saudável, corpos magros e sarados, são facilmente encontradas fornecendo dicas de como emagrecer de forma rápida, quais alimentos consumir e quais exercícios físicos fazer sem levar em consideração a individualidade de cada pessoa (TURNER e LEFREVE 2017; JACON, 2015).

Quando isso não acontece, o indivíduo passa a ter uma avaliação negativa da sua aparência física, e o sentimento de negação com a própria imagem e o resultado da comparação do corpo com o de outras pessoas. Alguns estudos já avaliaram como essas pessoas são influenciadas pela mídia e o tanto que esses indivíduos querem, de fato, ter seus corpos, os gostos e hábitos alimentares da mesma forma que são visualizadas nas publicações feitas frequentemente em Instagram e Facebook, para que tenhamos que educar nossos corpos a tentar alcançar padrões estéticos, que são divulgados como necessidade (RIGONI et al., 2017).

Segundo Torres et. al. (2017) Indivíduos que vão em busca desses corpos irreais, podem recorrer a práticas impróprias de perda de peso, como dietas restritivas, exercícios exagerados e uso de medicamentos como laxantes e diuréticos, com impactos negativos no comportamento alimentar, vida social, psicológica e cognitivas, como também consequências sociais e complicações fisiológicas. Dessa forma, a pesquisa se propõe a investigar a influência da rede social sobre o comportamento alimentar e

imagem corporal do sexo feminino.

## **2 REVISÃO DE LITERATURA**

### **2.1 REDES SOCIAIS**

As redes sociais são grupos de interação que tem como objetivo ampliar a forma como as pessoas se comunicam e disseminam informações em tempo real, aproximando a cultura, os gostos, conhecimento e até mesmo possibilidades de trabalho e estudo. (MARTELETO, 2010).

Acessadas em sua maioria por aplicativos, as redes sociais atualmente mais utilizadas são Facebook, Instagram, Twitter, Whatsapp e Youtube entre outras, onde pessoas tem acesso a todo e qualquer tipo de informação, uma delas e a busca de informações sobre como ter uma alimentação saudável (NESTLÉ, 2018). A internet é usada muitas vezes para tirar dúvidas de diversos assuntos, um dos mais frequentes é como emagrecer de forma rápida e fácil e quais alimentos ajuda a reduzir gordura. (HOLLO, 2016).

Promovendo uma aproximação direta com as pessoas que acessam, as redes sociais se torna o meio de comunicação mais usado na rotina desses indivíduos em todas as idades, sendo assim é fundamental estar sempre observando as publicações que são compartilhadas e expostas, para não tornar uma informação falsa em uma verdade absoluta (SAYMON, 2018).

### **2.2 COMPORTAMENTO ALIMENTAR**

O comportamento alimentar tem como forma um conjunto de ações, e essas ações são os resultados de interações que existem entre o apetite, processos fisiológicos e metabólicos, chegando até o o sistema nervoso (BERNARDI; CICHELERO; VITOLO, 2005), envolvendo todos os processos de práticas alimentares, desde a escolha do alimento até a companhia e local onde acontecerá a refeição.

Fatores neurais, endócrinos e adipocitários estão entre os fatores fisiológicos para regulação do comportamento alimentar e controle do peso (HALPERN; RODRIGUES; COSTA, 2004). Diversos locais no cérebro interferem na expressão do comportamento alimentar, não estando restrita apenas em um local ou estrutura isolada. Porém, algumas regiões do sistema límbico e hipotálamo demonstram maior influência (NUNES, et al., 2006).

Na regulação da ingestão alimentar existem dois mecanismos que o corpo pode contar: o homeostático, atuando na falta de energia, relacionado com a fome e a saciedade, sendo controlado pelo hipotálamo, após a sinalização por hormônios (leptina,

grelina e insulina) para manter o balanço energético em equilíbrio. E o controle hedônico, o qual envolve o apetite (prazer) e o sistema recompensa, aumentando a procura de alimentos, que funcionam através da liberação de vários mensageiros metabólicos modulados por alimentos, com participação sensorial e de várias estruturas cerebrais (RIBEIRO et al.,2013).

As diversas substâncias que se referem ao funcionamento dos fatores neurais e fisiológicos como sensação de prazer e sistema de recompensa estão associados a esta complexidade responsável pelo comportamento alimentar. Mas segundo Philippi, Alvarenga (2004) e Mendonça (2010) o ato de se alimentar não é apenas fisiológica e uma necessidade nutricional, envolve também aspectos sociais e culturais de cada população, bem como fontes alimentares, forma de combinação e preparo (BRASIL, 2014).

### **2.3 IMAGEM CORPORAL**

Segundo Silva, Júnior e Miller (2004) a imagem corporal é como cada ser costuma ver seu corpo, ou seja, como cada pessoa interpreta na sua mente o próprio corpo, enxerga e vivência. Essa imagem acaba influenciando o meio em que se vive e as situações que enfrentamos no cotidiano.

A fixação pelo corpo perfeito, que a mídia impõe, faz com que mulheres usem alguns meios, que na maioria das vezes não são considerados saudáveis, para chegar ao objetivo desejado. Na maior parte, para ter o tão sonhado corpo perfeito, a forma que é usada pra alcançar esse desejo acaba prejudicando a sua saúde física e mental, podendo causar distúrbios de imagem e até mesmo desencadear algum tipo de transtorno alimentar (SECCHI; CAMARGO; BERTOLDO, 2009).

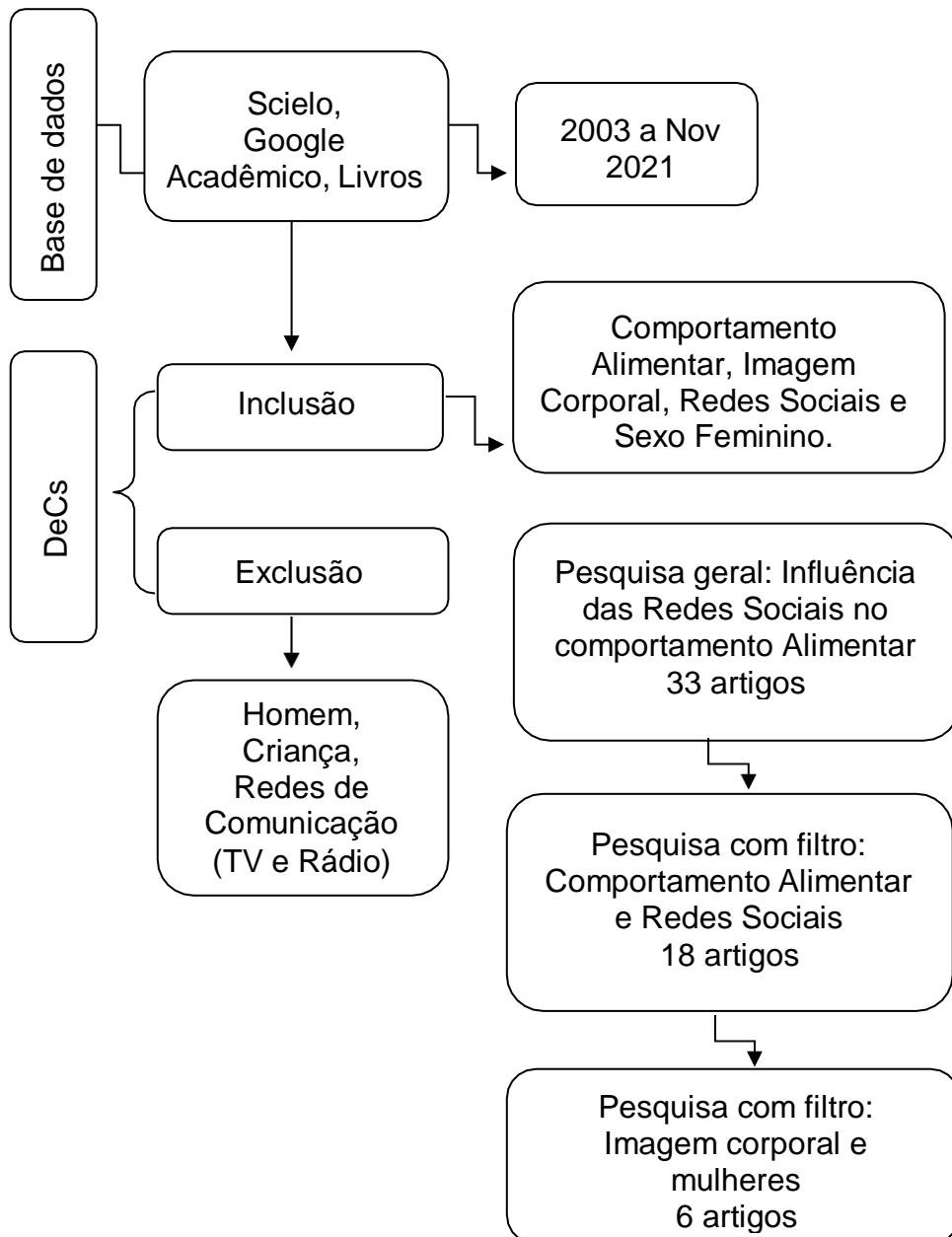
### **3 DELINEAMENTO METODOLÓGICO**

O presente estudo trata-se de uma revisão narrativa da literatura, realizada entre dezoito anos (2003 até novembro de 2021). Para realizar esse estudo, buscamos nas bases de dados eletrônicas que são referências em saúde, como o SCIELO e Google Acadêmico. Foram utilizados para a busca os descritores acadêmicos os critérios de inclusão: comportamento alimentar, imagem corporal, redes sociais e sexo feminino. Os critérios de exclusão utilizados foram: Homem, criança, redes de Comunicação (TV e Rádio), também foram consultados manuais e livros. Em seguida selecionamos os trabalhos adequados ao tema para avaliar, como a imagem corporal feminina e o comportamento alimentar pode impactar no uso das redes sociais.

Também foi avaliado se as pessoas sabem avaliar as informações que a mídia oferece, sem esquecer que a saúde é mais importante que os padrões que a sociedade impõe e se essas influências são benéficas ou maléficas e suas consequências.

Foram analisados um total de 33 artigos e apenas 6 artigos compuseram a amostra final, também foram utilizados critérios de inclusão para delimitar a busca por artigos científicos sendo excluídos os artigos que continham apenas a leitura de título e resumo não se encaixavam com a temática proposta.

**Quadro 1.** Organograma com o fluxo de levantamento de dados.



## 4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os seguintes autores avaliaram vários estudos, como o mesmo objetivo para saber de qual forma o sexo feminino é impactado pelas redes sociais a imagem corporal é afetada, juntamente com o comportamento alimentar.

**Quadro 2.** Resultados referente aos estudos mais relevantes publicados na área, com o tema: Comportamento Alimentar, Imagem Corporal e Influência da Mídia em Mulheres, no período entre 2003 e 2019.

BASES DE DADOS /AUTOR/ ANO	TÍTULO DO TRABALHO	OBJETIVO	PRINCIPAIS RESULTADOS
Google Acadêmico/ SILVA, R. E. S.; APRÍGIO, R. F.; LIMA, D. I. A (2003).	O Impacto Causado pela Influência da Mídia na Construção da Imagem Corporal.	Analisar a influência da mídia no cotidiano das pessoas e como essa prática afeta a vida social do indivíduo, abordando os transtornos alimentares.	A autopercepção do corpo como individual e a desconstrução do culto a beleza é de suma importância. Tornando necessário a ressignificação sobre o conceitos do que é belo.
Scielo/ ALVARENGA et al. (2010).	A influência da mídia em universitárias brasileiras de diferentes regiões.	Examinar como a mídia tem influência em universitárias, levando em consideração a idade, o estado nutricional e a renda.	As universitárias acreditam que quanto maior o IMC, maior é pressão sofrida quando ao corpo perfeito, e maior é a influencia que as redes tem em suas vidas.
Google Acadêmico/ JACOB, H. (2014).	Redes sociais, mulheres e corpo: um estudo da linguagem fitness na rede social Instagram.	Tem como intuito analisar a linguagem fitness no Instagram e os efeitos que e causado perante o sexo feminino.	A palavra saudável usada de forma habitual por blogueiras fitness cai como uma regra na vida das seguidoras, as fazendo acreditar que existe um ideal de beleza padrão e que elas devem de alguma forma se encaixar, mais na maior parte esse ideal se torna irreal, e acaba surgindo alguns distúrbios alimentares na insistencia para obter o corpo perfeito



<p>Google Acadêmico/ RIGONI, NUNES; (2017).</p> <p>A; F,</p>	<p>O culto ao corpo e suas formas de Propagação na rede social Facebook: Implicações para a educação física escolar</p>	<p>Analisar como a alimentação aparece nas redes sociais através do uso de imagens e publicações e como impactam na vida das mulheres que acessam.</p>	<p>Na primeira etapa encontrou-se resultados como o culto a beleza. Na segunda categoria, quando e compartilhado fotos de mulheres reais, que não seguem padrões de beleza, é visível a geração de um sentimento de autoaceitação.</p>
<p>Google Acadêmico/ COSTA, (2018).</p> <p>M.,</p>	<p>Associação entre o uso de mídias sociais e comportamento alimentar, percepção e checagem corporal.</p>	<p>Fazer um levantamento, para poder comparar o comportamento alimentar, checagem e satisfação corporal e qual a mídia e redes mais influentes.</p>	<p>Verificou que os cosméticos, alimentação saudável e notícias em gerais são as pesquisas mais acessadas no Instagram. Onde a estética apresenta maior relação de influencia em mulheres com o IMC elevado.</p>
<p>Google Acadêmico/ SILVA, A. PIRES, P. A. (2019).</p>	<p>A influência da mídia no comportamento alimentar de mulheres adultas.</p>	<p>Investigar a forma em que as redes sociais e as mídias digitais, contribuem na aparência de transtornos alimentares e influenciam no comportamento alimentar de indivíduos do sexo feminino.</p>	<p>Houve influencia negativa pelo uso do Facebook e Instagram em relação ao comportamento alimentar de milhares de seguidores, principalmente mulheres. Através de perfis que estão relacionados ao emagrecimento e ao corpo perfeito que a sociedade impoem pelas mídias gerando sentimentos de insatisfação e baixa autoestima.</p>

Os padrões que a sociedade idealiza e são propagados pela mídia, fazem com que as mulheres se sintam cada vez mais insatisfeitas com o seu próprio corpo, com isso pode levar a realização de dietas restritivas ou fazendo com que apresentem *overtraining* – realização de mais exercícios do que o corpo aguenta, para que possam zerar ou negativar as calorias ingeridas a mais, buscando estar dentro do ideal de beleza que as redes sociais reproduzem (ANDRADE; BOSI, 2003). (ANDRADE; BOSI, 2003).

Rigoni, Nunes e Fonseca (2017), realizaram uma pesquisa através do uso do Facebook e então analisaram 10 imagens que foram classificadas em dois grupos, no primeiro grupo a grande maioria das mulheres informaram que se sentiriam realizadas com o corpo “ideal” sugerido pela mídia, já o segundo grupo de mulheres que viram imagens contrárias ao culto à beleza, sentiram sensações de autoaceitação, onde se torna aceito a beleza do próprio corpo, corpo de mulheres reais. Desta forma viu-se que o Facebook tem grande influência à seus usuários, sendo benéficas ou malélicas, o que acaba sendo inserido quando o indivíduo entrega sua identidade social.

Utilizando um método de avaliação, Alvarenga et al. (2010) realizou um estudo com universitárias das diferentes regiões do Brasil, através de questionário para avaliar a atitude sociocultural a respeito da aparência, nele foram informados a idade, peso e altura, classificando o estado nutricional de acordo com o IMC.

Alvarenga (2010) observou então que o resultado da avaliação tinha como as redes sociais um meio de poder unânime sobre a realidade cultural dessas mulheres, onde elas eram apresentadas ao mesmo tipo de informação e padrão estético. Em suma, o estudo revelou que as universitárias presente sentiam-se insatisfeitas em relação ao próprio corpo, causando descontentamento, baixa auto estima, sintomas de transtorno alimentar acompanhado de desordens psicológicas.

Costa (2018), por sua vez usou um estudo diferente dos demais citados a cima, realizou uma pesquisa através de seis questionários virtuais pelo Google Formulários®, na Faculdade de Ciências da Saúde do Trairi pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul, anta Cruz – RN, com 733 alunos e servidores. Realizando um levantamento sobre aspectos sociais e demográfico, acesso a mídia e suas influências, comportamento alimentar e percepção corporal, auto percepção corporal, Body Checking Questionnaire (BCQ) para mulheres e o Male Body

CheckingQuestionnaire (MBCQ) para homens, um Questionário Holandês do Comportamento Alimentar (QHCA) e a Escala de Figuras de silhuetas (EFS),

Obteve-se como resultado que o Instagram contém mais acessos relacionados a busca sobre beleza, dieta, estética e alimentação saudável, quando comparado com o uso do Facebook. Os quais foram relacionados com a classificação do IMC, renda e sexo, respectivamente (COSTA, 2018).

Silva e Pires (2019) investigaram como as mídias e redes sociais influenciam no comportamento alimentar ao ponto de gerar o surgimento de transtornos alimentares por conta da necessidade das mulheres quererem se encaixar nesses padrões de beleza e de alimentação que a sociedade exige, através de uma revisão literária utilizando também as redes sociais Instagram e Facebook. Foram usadas palavras como dieta e corpo fitness na rede social Facebook e foram selecionadas apenas as páginas que tinham mais de 10.000 seguidores. Já no Instagram, escolheram os perfis de blogueiras famosas que são capazes de influenciar milhares de seguidores com cada *post* feito em sua página, onde incluem temas de alimentação, nutrição e imagem corporal. Para que fosse verificada a origem desses perfis, se tinha autoria de algum profissional de saúde ou se eram apenas conteúdos de blogueiras foram tirados alguns *prints* de vários comentários e postagens.

O resultado comunicou que o sexo feminino, dentre milhares de seguidores, é o público mais influenciado, de forma negativa, através do Facebook e Instagram. Tendo em vista, que padrões alimentares tem relação com emagrecimento e ao corpo perfeito que é exigido pela mídia, tem-se a possibilidade de desencadear sentimentos de insatisfação com o próprio corpo e baixa autoestima em mulheres reais. Pois as postagens são de blogueiras fitness, onde esses perfis são os que possuem o maior alcance e tem propriedade para influenciar na imagem corporal e nem na alimentação de tal. É bastante importante divulgar e denunciar aqueles profissionais que não são capacitados e continuam fazendo publicações que violam a ética e a conduta profissional aos órgãos competentes (CFN e CRN), como também o ajuste das publicações que são divulgados nas mídias sociais, para o bem da sociedade (SILVA; PIRES, 2019).

Jacob (2014), também realizou um estudo, por meio de análise documental, usado temas como as linguagens da alimentação, dietética, fitness, um interesse além do normal pela magreza, perfeição e modelização do corpo feminino e quais métodos

são usados no Instagram para fazerem postagens fitness. Esse estudo tem como intuito analisar essa linguagem e os efeitos que são causados diante das mulheres.

Deu-se como resultado que a palavra “saudável” é usada de forma habitual por blogueiras fitness, que acaba sendo como uma via de regra na vida de suas seguidoras, fazendo com que acreditem que devem se encaixar em um ideal estético, mais para muitas seguidoras esse ideal se torna irreal, e acabam adquirindo alguns distúrbios alimentares e a insistência para obter o corpo perfeito. As influenciadoras também usam fotos de antes e depois modelizando seus corpos, sua rotina de alimentação saudável e treinos, e como estratégia suas postagens sempre são acompanhadas de *hashtags* saudáveis para influenciar as pessoas que acessam seus perfis/páginas. As seguidoras, na sua grande maioria mulheres, acabam desencadeando sentimentos de frustração e baixa autoestima por não conseguir alcançar o corpo idealizado que são vistos nas redes sociais, mostrando o impacto negativo como resultado do estudo (JACOB, 2014).

Jacob, (2014) mostra que a linguagem fitness usada no Instagram é uma ferramenta opressora na vida de mulheres que almeja o que é considerado um corpo ideal e que a ação midiática tem o poder de persuasão e influência cruel que acaba abalando a autoestima e comprometendo a saúde das mesmas. Porém, como resultado Silva, Aprígio e Lima (2019) sugerem a desconstrução do culto a beleza através da autoaceitação e valorização de forma única do próprio corpo, afim de ressignificar o conceito de belo e se tem a real importância, juntamente com um acompanhamento multiprofissional, incluindo o profissional em nutrição, para a inserção de práticas alimentares de forma saudável levando em consideração a individualidade.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Podemos ver que de fato existe a influência e o impacto da mídia e redes sociais para grande parte da sociedade. Notou-se que os conteúdos mais divulgados estão relacionados a nutrição e alimentação, e que as blogueiras têm os perfis mais acessados, usando de forma positiva ou negativa sua influência em cada publicação feita, mas é notório que na maioria das vezes é negativa, pois na sua maior parte são postados com bastante frequência suas rotinas de atividade física e alimentação saudável, sem nenhum acompanhamento profissional e embasamento científico, dessa forma trazem riscos para esses indivíduos que seguem dicas sem acompanhamento de um profissional.

O nutricionista possui um papel fundamental na realização da divulgação de conteúdos sobre rotina alimentar e transtornos alimentares baseando-se sempre em evidências científicas, para evitar as falsas informações que são divulgadas frequentemente nas redes sociais. Quando se trata de nutrição e repasse de informações à população, a individualidade é bastante importante para que possa atingir os objetivos desejados.

## REFERÊNCIAS

ALMEIDA, M; COELHO, R; JUNIOR, C; et al. **Quem lidera sua opinião? Influência dos formadores de opiniões digitais no engajamento.** *Rac*, Rio de Janeiro, v. 22, n. 1, art. 6, p. 115-137, janeiro/fevereiro, 2018.

ANDRADE, A.; BOSI, M. L. M. Mídia e subjetividade: impacto no comportamento alimentar feminino. **Rev. Nutr.**, Campinas, v. 16, n. 1, p. 117-125, Jan. 2003.

BERNARDI, F.; CICHELERO, C; VITOLO, M. R. C Comportamento de restrição alimentar e obesidade. **Revista de Nutrição**, Campinas, v. 18, n. 1 p. 85-93, 2005.

BRASIL. Ministério da Saúde. **Guia alimentar para a população brasileira.** 2.ed. Brasília: Ministério da Saúde, 156 p., 2014.

CAMBRAIA, R. P. B. Aspectos psicológicos do comportamento alimentar. **Revista de Nutrição**, Campinas, V. 17, n. 2, p. 217-225, 2004.

COSTA, M.L. **Associação entre o uso de mídias sociais e comportamento alimentar, percepção e checagem corporal.** 2018. 51 f. TCC (Graduação) - Curso de Nutrição, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Santa Cruz, 2018.

HALPERN, Z. S. C.; RODRIGUES, M. D. B.; COSTA, R. F. Determinantes fisiológicos do controle do peso e apetite. **Revista de psiquiatria clínica**, São Paulo, v. 31, n. 4, p. 150-153, 2004.

JACOB, H. Redes sociais, mulheres e corpo: um estudo da linguagem fitness na rede social Instagram. **Revista Comunicare – Dossiê Feminismo**, v. 14, n. 1, 2014.

MARTELETO, R. M. **Redes sociais, medicação e apropriação de informações: situando campos, objetos e conceitos na pesquisa em ciências da informação.** *Pesq.bras.ci.inf.* Brasília, v. 3, n. 1, p. 27-46, jan./dez. 2010.

MENDONÇA, R. T. **Nutrição: um guia completo de alimentação, prática de higiene, cardápios, doenças, dietas, gestão.** 1. Ed. São Paulo: Rideel, p. 488, 2010.

NESTLÉ. **Pesquisa inédita revela como os brasileiros se informam sobre nutrição em tempos de fake News.** Nestlé. 18 de junho de 2018. Disponível em: <<https://www.nestle.com.br/imprensa/releases/pesquisa-inedita-revela-como-os-brasileiros-se-informam-sobre-nutricao-em-tempos-de-feke-news#>>. Acesso em: 11 de Nov 2021.

NEVES, C; MEIRELES, J; CARVALHO, P; et al. Insatisfação corporal e fatores sociodemográficos, antropométricos e maturacionais de atletas de ginástica artística. **Rev. bras. educ. fís.** Esporte. vol.30 no.1 São Paulo Jan./Mar. 2016. Doi: 10.1590/1807-55092016000100061

NUNES, M. A. et al. **Transtornos alimentares e obesidade**. 2. Ed. Porto Alegre: Artmed, 2006, 416 p.

OLIVEIRA, D. C. N. **Influência dos Social Media no Comportamento Alimentar, Atividade Física e Satisfação Corporal em jovens adultos**. Porto: D. Oliveira. Dissertação de Mestrado em Atividade Física e Saúde apresentada à Faculdade de Desporto da Universidade do Porto. 2018.

PHILIPPI, S. T.; ALVARENGA, M. **Transtornos alimentares: uma visão nutricional**. Barueri, SP: Manole, p. 226, 2004.

QUAIOTI, T. C. B.; ALMEIDA, S. S. **Determinantes psicobiológicos do comportamento alimentar: uma ênfase em fatores ambientais que contribuem para a obesidade**. Psicologia USP, São Paulo, v. 17, n. 4, p. 193-211, 2006.

RIBEIRO, G.; SANTOS, O. Recompensa alimentar: mecanismo envolvidos e implicações para a obesidade. **Revista portuguesa de endocrinologia, diabetes e metabolismo**, Madrid, v. 8, n. 2, p. 82-88, 2013.

RIBEIRO-SILVA, R. C. et al. Body image dissatisfaction and dietary patterns according to nutritional status in adolescents. **Jornal de pediatria**, 2017. Disponível em: <https://www.scienceirect.com/science/article/pii/S0021755716301280>. Acesso em: 11 de Nov 2021.

RIGONI, A; NUNES, B; FONSECA, K; et al. **O culto ao corpo e suas formas de propagação na rede social Facebook: implicações para a Educação Física escolar**. Motrivivência, Florianópolis, v. 29, p. 126- 143, dez. 2017. ISSN 2175-8042. Disponível em: < <https://periodicos.ufsc.br/index.php/motrivivencia/article/view/2175-8042.2017v29nespp126> >. Acesso em: 11 de Nov 2021.

SECCHI, K.; CAMARGO, B. V.; BERTOLDO, R. B. Percepção da imagem corporal e representações sociais do corpo. **Psic.: Teor. e Pesq.**, Brasília, v. 25, n. 2, p. 229-236, June 2009.

SILVA A.; PIRES, P. F. A influência da mídia no comportamento alimentar de mulheres adultas. **Revista terra e cultura: caderno de ensino e pesquisa**. v. 35, n. 69, p. 53-67, out. 2019.

TAVARES, et al., **Imagem corporal: conceito e desenvolvimento**. Barueri, SP: Manoel, 2003.

SILVA, R. E. S.; APRÍGIO, R. F.; LIMA, D. I. A. O Impacto Causado pela Influência da Mídia na Construção da Imagem Corporal. REUNI (2019), Edição X, 208-218, 2019, pág. 196. **Revista Científica do Centro Universitário de Jales (Unijales)**, ISSN: 1980-8925.

TORRES, C; ESPINOZA, K; PÉREZ, C; et al. Transtornos de la conducta alimentaria en estudiantes de medicina de una universidad de Perú. **Rev. cub. salud pública** 43 (4) Oct-Dec 2017.

TURNER, P. G.; LEFEVRE, C. E. **Instagram use is linked to increased symptoms of orthorexia nervosa**. *Eating And Weight Disorders - Studies On Anorexia, Bulimia And Obesity*, [S.L.], v. 22, n. 2, p. 277-284, 1 mar. 2017. Springer Science and Business Media LLC. <http://dx.doi.org/10.1007/s40519-017-0364-2>.