**INTERFERÊNCIA DAS MÍDIAS SOCIAIS NA PROCURA PELA PERDA DE PESO ACELERADA POR MEIO DAS DIETAS MODERNAS**

Keyla Liana Bezerra Machado¹

Farmacêutica, Universidade Federal do Piauí, Teresina-Piauí, lilibezerra2@hotmail.com

Rian Ricardo Henrique da Silva2

Nutrição, Universidade Federal de Pernambuco, Recife-Pernambuco, Brasil, rianricard46@gmail.com

Lucas Brandão dos Santos3

Nutrição, Universidade de São Paulo, Ribeirão Preto-São Paulo, Brasil, lucas.brandao.santos@alumni.usp.br

Nádia Melissa Damasceno Magalhães4

Nutrição, Centro Universitário Estácio São Luís, São Luís-Maranhão, Brasil, nutrimelldamasceno@gmail.com

Hingrid Mesquita Garcia de Medeiros5

Nutrição, Centro Universitário Unifacisa, Campina Grande-Paraíba, Brasil, hingridmesquita@hotmail.com

Ronan Sales Farias6

Farmácia, Faculdade Cathedral, Boa Vista-Roraima, Brasil, ronansalles@hotmail.com

Laíssa Silva Sá Veras7

Nutrição, Centro Universitário Santa Terezinha, São Luís-Maranhão, Brasil, layssasa1@gmail.com

Raimundo Cezar Ribeiro Botentuit8

Medicina, Universidade Federal do Maranhão, Pinheiro-Maranhão, Brasil, botentuit13@gmail.com

**Introdução:** As redes sociais têm uma forte influência sobre o comportamento e o emocional humano, de modo a reforçar o narcisismo e padrões de beleza que causam desconforto na realidade. Muitas pessoas recorrem a procedimentos estéticos e práticas prejudiciais com o objetivo de se adequar a esses padrões, resultando em insatisfação corporal. A mídia, por sua vez, contribui para a disseminação desse padrão de beleza através de diversos canais, reforçando a ideia de que determinados corpos são mais desejáveis ou aceitáveis do que outros. Como resultado, indivíduos podem sentir uma pressão crescente para se adequarem a esses padrões, levando a um aumento na procura por procedimentos estéticos e práticas prejudiciais, na esperança de alcançar uma imagem idealizada. A obesidade é um dos principais fatores de doenças e mortes evitáveis ​​em todo o mundo, de modo a afetar aproximadamente um em cada cinco adultos globalmente. O aumento da obesidade foi acompanhado por um crescimento na estigmatização em relação ao peso. O estigma do peso está intrinsecamente relacionado à desvalorização social negativa das pessoas devido ao excesso de peso corporal, além disso, estima-se ser tão prevalente quanto a discriminação racial. Indivíduos com obesidade, de maneira frequente, são estereotipados como preguiçosos e sem força de vontade, sendo subsequentemente culpados por sua condição. **Objetivos:** Identificar o papel das mídias sociais e suas interferências nos hábitos alimentares e os efeitos da busca pelas dietas da moda, devido à ansiedade por um processo de emagrecimento instantâneo e um padrão de beleza. **Metodologia:** Este trabalho consiste em uma revisão integrativa de literatura que possui como objetivo compreender a importância das redes sociais na busca por dietas modernas que prometem perda de peso rápida. Realizou-se pesquisas de trabalhos que estão indexados nas bases de dados BVS e PubMed, utilizando os Descritores em Ciência da Saúde (DeCS/MeSH): “*Modern Diets*”; “*Social media*”; “*Weight loss*”, combinados com o operador booleano “*AND*”. A coleta de dados ocorreu no período de março a abril de 2024. Os critérios de inclusão adotados foram: estudos completos de acesso livre, que abordassem o tema proposto, nos idiomas português, inglês e espanhol, e que estivessem dentro do período de publicação de 5 anos (2019 a 2024). Os critérios de exclusão foram: artigos duplicados, revisões, monografias, dissertações, teses e artigos que não abordassem a temática. Inicialmente, foram encontrados 57 artigos. **Resultados:** Após a triagem baseada nos critérios de inclusão e exclusão, 5 artigos foram selecionados para o presente estudo. O aumento do tempo de tela está relacionado às tentativas de perder peso, sobretudo o Twitter, que possui em particular uma associação mais forte com essa tentativa. Pessoas com obesidade podem ter um aumento do Índice de Massa Corporal (IMC) ao longo do tempo devido à exposição a meios de comunicação que estigmatizam o peso. As falas dos jovens nas mídias sociais revelaram uma relação disfuncional com a comida, abordando assuntos como restrição alimentar extrema, compulsão alimentar e insatisfação com a imagem corporal. Houve uma exposição significativa e influência das experiências dietéticas compartilhadas por celebridades. Em contraste com o ideal de uma alimentação variada e equilibrada, as chamadas "dietas da moda" retratam o autocontrole alimentar como uma resposta à pressão para alcançar um corpo idealizado, frequentemente associado às imagens das celebridades. Essa dinâmica cria uma narrativa onde a busca por um padrão estético dominante prevalece sobre considerações de saúde e bem-estar, perpetuando uma cultura de obsessão com o corpo e alimentação restritiva. Os internautas estão cada vez mais orientando seus hábitos alimentares com base em novos elementos "garimpados" na rede social. Em comunidades virtuais, os participantes compartilham informações, estratégias e experiências relacionadas à alimentação, muitas vezes buscando alcançar padrões estéticos ou de saúde específicos. Essa troca de saberes reflete uma tendência crescente de empoderamento individual na busca por uma alimentação considerada ideal, ao mesmo tempo em que pode levantar questões sobre a influência das normas sociais e da pressão por conformidade nos comportamentos alimentares. **Conclusão:** Diante dos estudos revisados, fica evidente que o aumento do tempo de tela e a exposição a mídias sociais têm implicações significativas na relação das pessoas com a alimentação e a imagem corporal. A associação entre o tempo de tela e tentativas de perder peso ressalta a influência das plataformas digitais na busca por padrões estéticos e comportamentos alimentares. Ademais, a exposição a meios de comunicação que estigmatizam o peso pode contribuir para o aumento do IMC ao longo do tempo, destacando a importância de uma abordagem mais consciente e responsável por parte da mídia. O compartilhamento de experiências dietéticas por celebridades também desempenha um papel significativo na influência dos padrões de alimentação, muitas vezes promovendo práticas restritivas e prejudiciais à saúde. Entretanto, estudos futuros devem adotar estratégias de busca mais abrangentes e considerar uma análise mais específica dos níveis de evidência dos estudos para fornecer uma compreensão mais completa e robusta.

**Palavras-Chave:** Dieta; Emagrecimento; Mídias Sociais

**E-mail do autor principal:**lilibezerra2@hotmail.com

**REFERÊNCIAS:**

GANSON, K. T. et al. Screen time, social media use, and weight-change behaviors: Results from an international sample of adolescents. **Prev Med**. 2023 Mar;168:107450. doi: 10.1016/j.ypmed.2023.107450. Epub 2023 Feb 14. PMID: 36791972; PMCID: PMC10952354.

LAMBERT, E. R. et al. Effects of weight stigma in news media on physical activity, dietary and weight loss intentions and behaviour. **Obesity Research & Clinical Practice**, v. 13, n. 6, p. 571-578, 2019.

MAIO, E. A. C. et al. A urgência para emagrecer, corpo versus saúde: análise de conteúdo das redes sociais. **Diálogos: Economia e Sociedade**, v. 5, n. 1, p. 1-13, 2021.

PASSOS, J. A. et al. Ciclos de atenção a dietas da moda e tendências de busca na internet pelo Google trends. **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 25, n. 7, p. 2615-2631, 2020.

PASSOS, J. A. et al. Consumo de informações sobre alimentação saudável e dietas em páginas do Facebook: uma abordagem qualitativa no ambiente virtual. **Physis: Revista de Saúde Coletiva**, v. 32, p. e320117, 2022.