



# XIV Semana de Iniciação Científica

28 e 29 de setembro

## INFLUÊNCIA DA MÍDIA SOCIAL NO COMPORTAMENTO ALIMENTAR NA ADOLESCÊNCIA

Maria de Jesus Cardoso Machado:<sup>1</sup>

Gabriela Virgínia Oliveira:<sup>2</sup>

Camilla de Jesús Pires:<sup>3</sup>

Geilson Silva Pereira:<sup>4</sup>

### RESUMO

O comportamento alimentar diante da mídia é um fator que afeta a sociedade de modo generalizado, sem aferir seus impactos na população. Os adolescentes são considerados como um grupo etário de mudanças, tendo em vista que os mesmos vivem em um período tecnológico com implicações da mídia. Sob este enfoque, a globalização trouxe consigo fatores positivos e negativos que podem acarretar diversos distúrbios, sem medir os riscos. Assim, o presente artigo teve como objetivo geral avaliar a influência da mídia sobre o comportamento alimentar na adolescência, tendo como objetivo específico enumerar as vantagens e as desvantagens da mídia no comportamento alimentar dos adolescentes. O artigo trata-se de uma revisão bibliográfica. Para a coleta dos estudos, foram consultadas as bases de dados Scientific Electronic Library Online e Literatura Latino-Americana e do Caribe em Ciências da Saúde. Diante das informações coletadas, é notório o quanto as mídias sociais podem influenciar diretamente no comportamento alimentar, seja para alertar sobre o consumo de alimentos que não são benéficos à saúde ou até mesmo impondo os padrões de beleza. E assim, os seus telespectadores podem desenvolver alguns transtornos alimentares, principalmente nos adolescentes, tendo em vista que nesta fase de vida, eles almejam um corpo perfeito a qualquer custo. Por outro lado, as mídias sociais também podem ser uma fonte de pesquisa e ensino sobre alimentação e saúde.

**Palavras-chave:** Mídia. Comportamento alimentar. Hábitos alimentares. Sociedade.

<sup>1</sup> Graduanda em Nutrição – Christus Faculdade do Piauí.

<sup>2</sup> Graduanda em Nutrição – Christus Faculdade do Piauí.

<sup>3</sup> Especialista; Docente da Christus Faculdade do Piauí.

<sup>4</sup> Mestre; Docente da Christus Faculdade do Piauí.



# XIV Semana de Iniciação Científica

28 e 29 de setembro

## 1 INTRODUÇÃO

Vivemos em uma época que se destaca de tudo aquilo que veio antes. Estudiosos chamam de pós-modernidade, definida pela grande revolução tecnológica e globalização que diminuíram fronteiras entre países, costumes e povos. Esta rápida comunicação propicia influências para todas as partes do mundo (Bittar; Soares, 2020).

Dessa forma, a grande quantidade de informações em saúde está afundada em concorrência sociocultural que proporciona seu crescimento, exercendo papel crucial nos vínculos entre as práticas do cotidiano e os agentes sociais (Passos; Vasconcellos-Silva; Santos, 2022).

Segundo Bittar e Soares (2020), até 1980, em oposição aos países desenvolvidos e industrializados, alimentar-se em locais abertos não era algo muito comum no Brasil. Diante das mudanças econômicas, ocorreram alterações culturais, alterando a forma de se alimentar, tanto das crianças quanto de adolescentes e jovens, visto que vivem em uma nova época, marcada pela globalização e industrialização.

Vale destacar que as mídias sociais são meios ativos fundamentados na internet e/ou dispositivos móveis para a propagação de informações, de maneira que auxiliam a população, onde o uso constante tem alterado a forma como as pessoas facilitam sua comunicação, e ainda concede que seus utilizadores tenham total controle do que é publicado, o que se difere das mídias tradicionais. Além do mais, distingue-se pelo seu baixo custo e grande facilidade no seu acesso (Santos; Silva, 2021).

Não é segredo que, perante a tanta informação incompleta ou até mesmo a sua falta, a Nutrição apresenta diversificação no imaginário popular como sinônimo de dietas milagrosas ou apenas para progressão de produtos de indústrias que buscam crescer cada dia mais (Aquino; Vaz; Fidelix, 2013).

De acordo com Passos, Vasconcellos-Silva e Santos (2022), diversas pessoas que utilizam a internet se apresentam sujeitos e ansiosos por mudanças, até mesmo através de ações consideradas como sacrifícios. As condições impostas pela sociedade complica a prática saudável de uma alimentação adequada, tornando o indivíduo refém de um descontrole de si mesmo.



# XIV Semana de Iniciação Científica

28 e 29 de setembro

Os adolescentes são considerados como um grupo etário de mudanças, tendo em vista que os mesmos vivem em um período tecnológico com implicações da mídia. Assim, percebe-se como essa turma está sujeita as consequências dessa situação. Essas mudanças podem afetar tanto o ponto de vista social quanto o seu comportamento alimentar (Bittar; Soares, 2020).

Estudiosos e profissionais da área da saúde discorrem e alertam sobre os possíveis riscos relacionados às famosas dietas da moda, que não são baseadas na individualidade biológica e geralmente são bem restritas. Algumas celebridades participam e influenciam neste processo, pois passam a relatar suas experiências alimentares e, com isso, há um aumento na busca desse tipo de conteúdo por muitos usuários das mídias sociais (Lima *et al.*, 2022).

Por consequência, observa-se que há um aumento de interesse na melhora do físico corporal, sofrendo influência das redes sociais. Assim, estas mídias funcionam como transmissores de informações que se tornam incertas a respeito de um objeto simbólico. E, são estas propagações de notícias que fortificam as mídias sociais, constituindo o cenário típico da vida social (Araújo *et al.*, 2018).

## 2 OBJETIVO

O presente artigo teve como objetivo geral avaliar a influência da mídia sobre o comportamento alimentar na adolescência, tendo como objetivo específico: enumerar as vantagens e as desvantagens da mídia no comportamento alimentar dos adolescentes.

## 3 METODOLOGIA (OU DESCRIÇÃO DA EXPERIÊNCIA)

O artigo trata-se de uma revisão bibliográfica, auxiliando na compreensão do conhecimento, pois, segundo Gil (2008), a mesma é elaborada a partir de materiais já produzidos, compostos, sobretudo de artigos científicos, livros, teses e dissertações.

Para identificação dos estudos, foram consultadas as bases de dados bibliográficas Scientific Electronic Library Online (SciELO) e Literatura Latino-Americana e do Caribe



# XIV Semana de Iniciação Científica

28 e 29 de setembro

(LILACS), utilizando as palavras-chave: mídia, comportamento alimentar, hábitos alimentares e sociedade.

Limitou-se a busca aos limites do assunto mídia social e o comportamento alimentar, artigos na língua portuguesa e de livre acesso ao texto, além de selecionar as publicações realizadas entre os anos de 2015 a 2023. As medidas de exclusão foram artigos que não tinha ligação com o tema, período fora do tempo determinado, estudos em outros idiomas e indisponibilidade do texto completo de forma gratuita.

Mediante as combinações dos descritores selecionados e, a partir da leitura dos resumos, foram selecionados os artigos que estavam em concordância com os critérios de inclusão/exclusão. Assim, foram identificados, inicialmente, 14 estudos, sendo 6 na base de dados LILACS e 8 na SciELO. Após a análise minuciosa, foram excluídos 3 estudos estarem fora do tema proposto e 2 estavam duplicados. Por fim, obteve-se um total de 9 estudos primários para a análise, sendo 3 da base de dados LILACS e 6 da SciELO.

## 4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

De acordo com Bittar e Soares (2020), com o grande avanço da mídia e o crescimento de informações sobre saúde, houve um aumento de transtornos alimentares, onde dieta e alimentação instituem fatores que devem ter um olhar clínico e diferenciado. Por isso, a relação entre alimentação e mídia pode refletir na imagem corporal e em uma provável evolução de transtornos alimentares em adolescentes.

Segundo Uzunian e Vitale (2015), os fatores socioculturais e a influência da mídia são as principais causas que fazem crescer o número de transtornos. A pressão para ter o corpo perfeito ocasiona uma insatisfação corporal e contribui para chances de distúrbios alimentares, principalmente em adolescentes.

No Brasil, é utilizado o termo mídia como forma de caracterizar o complexo de meios de comunicação a fim de propagar informações, não sendo neutra. Hoje em dia, realiza um papel decisivo, criando e propagando ideias. Contudo, fazendo forte conceito sobre a sociedade, ao contrário de tempos passados, onde a família, escolas e igrejas eram consideradas as instituições formadoras (Bittar; Soares, 2020).



# XIV Semana de Iniciação Científica

28 e 29 de setembro

Assim, a comunidade urbana em que vivemos, passa a ser alvo indireto ou direto da comunicação social, empenhado em mediar suas informações e produtos. Dessa forma, a mídia nos concede uma imensidão de parâmetros, restrições, padrões e orientações alimentares, levando a uma escolha e seguindo a prática alimentar da sociedade (Uzunian; Vitalle, 2015).

De acordo com o estudo de Assis *et al.* (2020), a combinação entre comportamento alimentar e mídia social está relacionada aos fatores que preveem a disfunção do comportamento alimentar. Assim, destinaram-se pesquisas para maior possibilidade de promoção de comportamentos de risco para transtornos alimentares após a ingestão de alimentos para a perda de peso e encorajamento para aderir uma dieta sem assistência nutricional.

Embora inúmeras páginas aparentam um lugar de propagação de dados desprezíveis, apresentou-se o comércio de emagrecimento em volta de muitas delas. Dessa forma, toma como base a variedade de anúncios, ofertas, indicações para a compra e venda de itens para emagrecimento (Passos; Vasconcellos-Silva; Santos, 2022).

Carvalho *et al.* (2019) observaram diante de uma pesquisa como o consumo alimentar pode ser influenciado pela mídia e propagandas sobre alimentação. A exibição de tais propagandas é capaz de estar relacionada à compra de alimentos sobre o que mais é levado em consideração, como conveniência e praticidade. No que diz respeito à observação dos rótulos, notou-se a baixa frequência de clientes que fazem a leitura atrás de informações.

Segundo Bittar e Soares (2020), as pessoas mais velhas são mais flexíveis com a aparência. Por outro lado, os jovens são induzidos a buscar o corpo perfeito, sendo movidos pela indústria cultural, podendo gerar sofrimento, frustração e angústia.

Diante disso, observa-se a busca incansável pelo corpo ideal, onde a maior conquista a ser representada perante as mídias é corpo magro. Como complementação e para causar um maior impacto social, são utilizadas fotos de antes e depois de certas intervenções dietéticas, exercício físico, medicamentos para emagrecimento e processos cirúrgicos, que são anunciados como indícios para tal realização (Passos; Vasconcellos-Silva; Santos, 2022).

De acordo com o estudo de Moraes, Santos e Leonidas (2021), é notório o quanto as redes sociais podem afetar no comportamento alimentar e a saúde mental de seus usuários e, principalmente, de forma negativa, o que pode prejudicar o seu crescimento, mudando seus

**Tema: Profissionais de um novo mundo: trabalhando a diversidade e a inclusão.**



# XIV Semana de Iniciação Científica

28 e 29 de setembro

costumes, hábitos alimentares e a prática de atividades físicas. Ademais, pode contribuir na alteração do senso crítico com relação do quanto pode haver um comprometimento da sua saúde.

A facilidade a informações acerca de qualquer tema e horário é uma condição que estimula o uso de páginas como educador de orientações alimentares num constante método de reinvenções e tentativas. Os usuários procuram componentes para preparar suas próprias leis dietéticas e a mídia passa a fazer parte dos caminhos de cuidado alimentar (Passos; Vasconcellos-Silva; Santos, 2022).

Por outro lado, a progressão das capacidades sociais consegue prevenir ações de risco à saúde, em virtude do adolescente tornar-se apto para decidir por si próprio, de recusar a convites que possam causar danos a sua saúde e até mesmo não concordar com ações de grupos ou da sociedade em determinados momentos, podendo citar as influências em relação ao modelo de corpo ideal (Uzunian; Vitalle, 2015).

Vale destacar ainda que as técnicas de marketing têm a competência de induzir no comportamento alimentar dos cidadãos e, conseqüentemente, colaborar na obtenção da saúde, no que atinge a nutrição e alimentação. Destaca-se, assim, a relevância das técnicas de educação alimentar e nutricional para a construção de usuários mais críticos e autônomos conforme seus hábitos alimentares (Carvalho *et al.*, 2019).

Assim, torna-se necessário ativar um senso crítico maior sobre as informações buscadas durante o uso dos meios de comunicações. Há estudo que aponta que os consumidores de dicas dietéticas da mídia tendem a apresentar o dobro de prevalência de alterações comportamentais com relação à alimentação. Ressalta-se ainda que a maioria dos acadêmicos de Nutrição que foram avaliados consentem que o uso errôneo das mídias sociais afetam diretamente no comportamento alimentar dos seus usuários, pois metade dos participantes relatam o hábito de consumir dicas alimentares nas redes sociais (Assis *et al.*, 2020).

Com relação ao repasse de conteúdos relacionados à nutrição e alimentação, observa-se que não necessariamente apenas os profissionais da área podem alimentar esse meio, mas qualquer usuário que queria repassar esse tipo de informação; que independe da falta ou presença de choque de interesse e fundamentos técnico-científicos. Isso reforça a necessidade de qualificação de profissionais da área da saúde para ocupar as mídias sociais com a

**Tema: Profissionais de um novo mundo: trabalhando a diversidade e a inclusão.**



# XIV Semana de Iniciação Científica

28 e 29 de setembro

produção e divulgação de conteúdos de qualidade, que beneficie toda a população (Santos; Silva, 2021).

Em geral, a mídia consegue exercer uma grande relevância da propagação de conhecimento. Com isto, as pessoas com sobrepeso passam a se preocupar com o seu físico corporal. Desta forma, torna-se necessário a criação e fiscalização de políticas, onde possam trazer a reflexão da população sobre o preconceito relacionado à obesidade (Araújo *et al.*, 2018).

## 5 CONCLUSÕES

Diante dos dados e informações coletados, é notório o quanto as mídias sociais podem influenciar diretamente no comportamento alimentar, seja para alertar sobre o consumo de alimentos que não são benéficos à saúde ou até mesmo impondo os padrões de beleza. E assim, os seus telespectadores podem desenvolver alguns transtornos alimentares, principalmente os adolescentes, tendo em vista que nessa fase de vida, eles almejam um corpo perfeito a qualquer custo.

Portanto, a mídia tem a capacidade de moldar imensuráveis aspectos referentes aos hábitos alimentares, além de ser uma fonte de pesquisa e ensino sobre alimentação, seja para o bem ou mal da saúde humana. Isso por que a globalização trouxe consigo fatores positivos e negativos que podem acarretar condições que geram diversos distúrbios, sem medir os riscos.

## REFERÊNCIAS

AQUINO, S. P. de; VAZ, E. M.; FIDELIX, M. Nutrição e mídia: o “Boom” exige responsabilidade. **RASBRAN - Revista da Associação Brasileira de Nutrição**, ano 5, n. 1, p. 3-4, 2013 - ISSN 1983-3164 | ISSN 2177-7527 (online). Disponível em: <<https://www.rasbran.com.br/rasbran/article/view/15>>. Acesso em: Abril de 2023.

ARAÚJO, L. S. *et al.* Preconceito frente à obesidade: representações sociais veiculadas pela mídia impressa. **Arquivos Brasileiros de Psicologia**, v. 70, n. 1, p. 69-85, 2018. Disponível em: <<https://shre.ink/9OqM>>. Acesso em: Julho de 2023.



# XIV Semana de Iniciação Científica

28 e 29 de setembro

ASSIS, L. C. *et al.* Uso da mídia social e sua associação com comportamentos alimentares disfuncionais em estudantes de Nutrição. **Jornal Brasileiro de Psiquiatria**, v. 69, n. 4, p. 220-227, 2020. Disponível em: <<https://shre.ink/9R0g>>. Acesso em: Abril de 2023.

BITTAR, C.; SOARES, A. Mídia e comportamento alimentar na adolescência. **Cadernos Brasileiros de Terapia Ocupacional**, v. 28, n.1, p. 291-308, 2020. <https://doi.org/10.4322/2526-8910.ctoAR1920>. Disponível em: <<https://shre.ink/9REy>>. Acesso em: Abril de 2023.

CARVALHO, G. R. *et al.* Percepção sobre mídia e comportamento na compra de alimentos: estudo com consumidores de dois municípios do sul de Minas Gerais. **Brazilian Journal of Food Technology**, v. 22, e2018170, 2019. <https://doi.org/10.1590/1981-6723.17018>. Disponível em: <<https://shre.ink/9Rgq>>. Acesso em: Abril de 2023.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

LIMA, M. *et al.* Mídias sociais e a mudança no comportamento alimentar de adolescentes. **RBONE - Revista Brasileira de Obesidade, Nutrição e Emagrecimento**, v. 16, n. 103, p. 771-789, 2022. Disponível em: <<https://shre.ink/9Ooh>>. Acesso em: Julho de 2023.

MORAES, R. B.; SANTOS, M. A.; LEONIDAS, C. Repercussões do Acesso às Redes Sociais em Pessoas com Diagnóstico de Anorexia Nervosa. **Estudos e Pesquisas em Psicologia**, v. 21, n. 3, p. 1178-1199, 2021. DOI: <https://doi.org/10.12957/epp.2021.62734>. Disponível em: <<https://shre.ink/9OGQ>>. Acesso em: Julho de 2023.

PASSOS, J. A.; VASCONCELLOS-SILVA, P. R.; SANTOS, L. A. S. Consumo de informações sobre alimentação saudável e dietas em páginas do Facebook: uma abordagem qualitativa no ambiente virtual. **Revista de Saúde Coletiva**, v. 32, n.1, e320117, 2022. DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/S0103-73312022320117>. Disponível em: <<https://shre.ink/9RDo>>. Acesso em: Abril de 2023.

SANTOS, F. F.; SILVA, M. E. M P. 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**, v. 16, p. e48812, 2021. DOI: <https://doi.org/10.12957/demetra.2021.48812>. Disponível em: <<https://shre.ink/9Oyp>>. Acesso em: Julho de 2023.

UZUNIAN, L. G.; VITALLE, M. S. S. Habilidades sociais: fator de proteção contra transtornos alimentares em adolescentes. **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 20, n.11, p. 3495-3508, 2015. DOI: 10.1590/1413-812320152011.18362014. Disponível em: <<https://shre.ink/9RpS>>. Acesso em: Abril de 2023.