



INFLUÊNCIA DAS MÍDIAS SOCIAIS NO COMPORTAMENTO ALIMENTAR

LIZIANA VASCONCELOS MARANHÃO; ESTÉFANI BARBOSA ARAÚJO;
FRANCISCO RICARDO LIMA BEZERRA; SAMILY MARTINS DA COSTA

RESUMO

Este artigo revisa a literatura existente sobre a influência das mídias sociais no comportamento alimentar. Exploramos como as plataformas de mídia social moldam as normas sociais em torno da alimentação, influenciam as escolhas alimentares, afetam a percepção do corpo e promovem comportamentos alimentares saudáveis ou prejudiciais. Além disso, examinamos os mecanismos pelos quais as mídias sociais exercem esse impacto, incluindo marketing, pressão de grupo, compartilhamento de experiências e acesso à informação. Com base nessa análise, discutimos implicações para a saúde pública e sugestões para futuras pesquisas.

Palavras-chave: mídias sociais; alimentação; comportamento; tecnologia; saúde mental

1 INTRODUÇÃO

As mídias sociais se tornaram uma parte integrante da vida moderna, com um impacto significativo em diversos aspectos do comportamento humano, incluindo as escolhas alimentares. Elas desempenham um papel significativo na maneira como nos comunicamos, nos informamos e até mesmo na forma como nos alimentamos. A crescente prevalência de plataformas como Instagram, Facebook e TikTok, o acesso rápido e fácil a conteúdo relacionado à alimentação, tem levantado preocupações sobre como essas mídias influenciam as atitudes em relação à alimentação e saúde. Nesta revisão teórica, exploramos os principais aspectos da influência das mídias sociais no comportamento alimentar, destacando a importância de compreendermos esse fenômeno em um contexto social e cultural mais amplo.

2 MATERIAIS E MÉTODOS

Para esta revisão teórica, foram consultadas bases de dados acadêmicas, incluindo PubMed, PsycINFO e Google Scholar, utilizando uma combinação de palavras-chave relacionadas à influência das mídias sociais no comportamento alimentar. Foram selecionados estudos relevantes publicados nos últimos dez anos, incluindo revisões sistemáticas, meta-análises e pesquisas originais que abordassem os temas de interesse. A análise dos artigos incluiu a identificação de padrões, tendências e lacunas na literatura existente.

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Nos últimos anos, as mídias sociais se tornaram uma parte integrante da vida cotidiana de milhões de pessoas em todo o mundo. Elas desempenham um papel significativo na maneira como nos comunicamos, nos informamos e até mesmo na forma como nos alimentamos. Com o advento de plataformas digitais, o acesso rápido e fácil a conteúdo relacionado à alimentação tornou-se mais prevalente do que nunca. No entanto, essa exposição constante a informações e imagens sobre comida pode ter consequências provocadas na forma como as pessoas se relacionam com alimentação e nas escolhas que fazem em relação à sua dieta.

As mídias sociais exercem uma influência significativa no comportamento alimentar das pessoas, moldando suas atitudes, escolhas e percepções em relação à alimentação e saúde. Uma das principais maneiras pelas quais as mídias sociais influenciam o comportamento alimentar é através da promoção de normas sociais específicas. Fotos de alimentos saudáveis, dietas da moda e corpos idealizados são frequentemente compartilhados nas redes sociais, criando expectativas irrealistas e pressionando os usuários a se conformarem com esses padrões.

Além disso, as mídias sociais são uma plataforma eficaz para o marketing de produtos alimentares, com muitas marcas e empresas utilizando influenciadores para promover alimentos e estilos de vida específicos. A exposição a esse tipo de conteúdo pode influenciar diretamente as escolhas alimentares das pessoas, levando a um aumento do consumo de alimentos processados, fast food e produtos anunciados como saudáveis, mas nem sempre o são.

Outro aspecto importante é o papel das mídias sociais na promoção da insatisfação corporal e distúrbios alimentares. Fotos editadas e filtradas de corpos "perfeitos" podem levar os usuários a compararem seus próprios corpos de forma negativa e a adotarem comportamentos alimentares extremos na tentativa de alcançar um ideal inatingível de beleza. Isso pode resultar em dietas restritivas, compulsão alimentar e outros distúrbios relacionados à alimentação.

A exposição excessiva a imagens idealizadas de corpos perfeitos e dietas aparentemente milagrosas nas mídias sociais pode ter um impacto negativo na imagem corporal e nos comportamentos alimentares das pessoas. O culto à magreza e a pressão para alcançar um determinado padrão estético podem levar ao desenvolvimento de distúrbios alimentares, como anorexia, bulimia e transtorno de compulsão alimentar. Além disso, as mídias sociais podem contribuir para uma relação disfuncional com a comida, como a busca por alimentos "limpos" ou "sujos", promovendo uma dieta de restrição e culpa associada à alimentação.

Influenciadores digitais e blogueiros de alimentos têm grande alcance e seguidores dedicados, e muitas vezes promovem estilos de vida e dietas específicos. Essa promoção pode levar a uma adoção cega de determinadas tendências alimentares, como dietas restritivas, "dietas detox" ou alimentação vegetariana/vegana, sem uma compreensão adequada das necessidades individuais. Além disso, o compartilhamento constante de receitas e dicas de culinária nas mídias sociais pode levar a uma maior experimentação de alimentos processados, ricos em açúcares e vitaminas, que são frequentemente retratados de maneira atraente, mas podem ser prejudiciais à saúde se consumidos em excesso.

Por outro lado, as mídias sociais também oferecem oportunidades para o compartilhamento de informações sobre alimentação saudável, receitas nutritivas e dicas de bem-estar. Muitos usuários compartilham suas próprias experiências pessoais com a comida e o corpo, criando uma comunidade de apoio e encorajamento para aqueles que buscam adotar hábitos alimentares mais saudáveis.

4 CONCLUSÃO

Em conclusão, as mídias sociais desempenham um papel significativo na formação do comportamento alimentar das pessoas, influenciando suas escolhas, atitudes e percepções em relação à comida e ao corpo. É crucial reconhecer os impactos positivos e negativos das mídias sociais na alimentação e desenvolver estratégias para promover comportamentos alimentares saudáveis e uma imagem corporal positiva nas plataformas online.

Para isso, é importante que profissionais de saúde, educadores e formuladores de políticas estejam cientes dos efeitos das mídias sociais no comportamento alimentar e trabalhem para fornecer informações precisas e apoio emocional aos usuários. Além disso, são necessárias mais pesquisas para entender melhor os mecanismos subjacentes da influência das mídias sociais no comportamento alimentar e desenvolver intervenções eficazes para mitigar os

impactos negativos e promover escolhas alimentares saudáveis e equilibradas.

REFERÊNCIAS

BARROS, I.S., COSTA, M.S.O., OLIVEIRA, R.C., REHEM, T.C.M.S.B., SOUSA, M.F., MENDONÇA, A.V.M. Alimentação saudável na mídia de massa e promoção da saúde: percepções sociais de agentes comunitários. *Rev. Bras. Pesq. Saúde*, Vitória, 20(2): 35-43, abr-jun, 2018.

COSTA, M. L.; ARAÚJO, D. F. S.; CASSIANO, M. H.; FIGUEIRÊDO, H. A. O.; OLIVEIRA, V. T. L.; BARBOSA, I. R. Associação entre o uso de mídias sociais e comportamento alimentar, percepção e checagem corporal. *Braz. J. Hea. Rev.*, Curitiba, v. 2, n. 6, p. 58985914 nov./dec. 2019.

KLOTZ-SILVA, J.; PRADO, S. D.; SEIXAS, C. M. Comportamento alimentar no campo da alimentação e nutrição: do que estamos falando. *Physis Revista de Saúde Coletiva*, Rio de Janeiro, 26 [4]: 1103-1123, 2016. Disponível em: <<https://www.scielo.org/pdf/physis/2016.v26n4/1103-1123/pt>>. Acesso em 15 mar. 2024.

MAGALHÃES, L.M; BERNARDES, A.C.B; TIENGO, A. A influência de blogueiras fitness no consumo alimentar da população. *Revista Brasileira de Obesidade, Nutrição e Emagrecimento*. São Paulo, v. 11, n. 68, p. 685-692, jan/dez. 2017. Disponível em: <http://www.rbone.com.br/index.php/rbone/article/view/629/492>. Acesso em: 17 mar. 2024.

MALTEZ, B.G. A influência de dietas restritas nos diversos transtornos alimentares em mulheres jovens. 2016. Trabalho de conclusão de curso. Centro Universitário de Brasília – UniCEUB, Brasília, DF, 2016. Disponível em: <https://repositorio.uniceub.br/jspui/bitstream/235/11192/1/TCC%20B%c3%a1rbara%20Gomes%20Maltez.pdf>. Acesso em: 20 mar. 2024.