

IMPACTO DAS REDES SOCIAIS NO COMPORTAMENTO ALIMENTAR DE MULHERES ADULTAS: REVISÃO DE LITERATURA

IMPACT OF SOCIAL NETWORKS ON THE EATING BEHAVIOR OF ADULT WOMEN: LITERATURE REVIEW

Leilane Barreto Nunes¹
Elma Lopes Mascarenhas²
Paula Janaina Rocha de Souza³
Ana Cristina de Castro Pereira Santos⁴

RESUMO: O comportamento alimentar é caracterizado como um conjunto de ações associadas ao alimento, que ocorre desde a escolha até o consumo e todos os fatores envolvidos nesse processo. As redes sociais representam um fator determinante no comportamento alimentar das pessoas. O presente estudo trata-se de uma revisão bibliográfica que teve como base uma abordagem qualitativa e descritiva, onde foram selecionados 24 artigos/ livros de até 10 anos anteriores à revisão. O objetivo foi evidenciar a influência das redes sociais no comportamento alimentar de mulheres adultas. O culto ao corpo perfeito propagado nas redes sociais, podem acabar de duas maneiras: insatisfação corporal e restrição alimentar, que são fatores de risco para o desenvolvimento de transtornos alimentares. Concluiu-se que as redes sociais aumentam a insatisfação das mulheres com seu próprio corpo, surtindo um grande impacto no comportamento alimentar e na percepção da imagem corporal, com isso cabe ao profissional da nutrição utilizar as redes sociais para promover uma alimentação saudável, disseminar informações verídicas e atuar na desconstrução do padrão de beleza.

2552

Palavras-chave: Comportamento. Alimentar. Redes. Sociais.

ABSTRACT: The eating behavior is characterized as a set of actions associated with food, which occurs from choice to consumption and all the factors involved in this process. Social networks represent a determining factor in people's eating behavior. The present study is a literature review based on a qualitative and descriptive approach, where 24 articles/books from up to 10 years prior to the review were selected. The objective is to highlight the influence of social networks on the eating behavior of adult women. The cult of the perfect body propagated on social networks, can end up in two ways: body dissatisfaction and dietary restriction, which are risk factors for the development of eating disorders. It is concluded that social networks increase the dissatisfaction of women with their own body, having a great impact on eating behavior and the perception of body image, so it is up to the nutrition professional to use social networks to promote healthy eating, disseminate truthful information and act to deconstruct the standard of beauty.

Keywords: Behavior. Feed. Networks. Social.

¹ Graduanda do curso de Nutrição- Centro Universitário UniLS. E-mail: leilane.nunes69@leducacional.com

² Graduanda do curso de Nutrição- Centro Universitário UniLS. E-mail: elma.mascarenhas79@leducacional.com

³ Graduanda do curso de Nutrição- Centro Universitário UniLS. E-mail: paula.souza96@leducacional.com

⁴ Professora, mestre. Orientadora do curso de Nutrição pela Uni LS- Taguatinga-DF.

1 INTRODUÇÃO

O comportamento alimentar é caracterizado como um conjunto de ações associadas ao alimento, que ocorre desde a escolha até o consumo e todos os fatores envolvidos nesse processo. Esse sistema conduz o indivíduo a escolhas, que se baseiam entre informações do ambiente externo (sabor, textura, familiaridade, etc) e informações fisiológicas (hormônios, ações de neurotransmissores, taxa metabólica, etc) (VAZ; BENNEMANN, 2014). O estado fisiológico, psicológico e do do ambiente no qual o indivíduo habita são fatores que exercem grande influência no comportamento alimentar do ser humano (ALVARENGA. et al 2015).

As mídias sociais estão crescendo cada dia mais, destacando-se entre elas as redes sociais. As redes sociais são definidas como sites e aplicativos (*Facebook, Instagram, Twitter, Whatsapp*) que tem como objetivo possibilitar a interação entre pessoas de diversas faixas etárias/localidades, permitindo assim a disseminação de informações, divulgação de produtos e serviços e a influência de ações (COSTA, 2019). As redes sociais, que antes visavam mostrar produtos para chamar atenção dos consumidores, atualmente, exibem mais pessoas atraentes utilizando esses produtos, idealizando que, ao adquiri-los, o consumidor estará satisfeito não só materialmente, como fisicamente, contemplando a busca padrão de corpo ideal, que tem alcançado nível mundial (MAGALHÃES; BERNARDES; TIENGO, 2017).

2553

O público que mais sofre com o padrão de beleza imposto pelas redes sociais são as mulheres adultas, a influência dessas redes aumentam a insatisfação das mesmas com seu próprio corpo, surtindo um grande impacto no comportamento alimentar e na percepção da imagem corporal. Essas mulheres são levadas a acreditar que não têm o corpo ideal e seguem em busca de conquistá-lo, na grande maioria das vezes, utilizando métodos que são prejudiciais à saúde, como: dieta altamente restritivas, chás emagrecedores, medicamentos que diminuem o apetite, desencadeando diversas consequências clínicas, físicas, emocionais e psicológicas (RODRIGUES, 2019).

Esse ciclo de dietas da moda, que são divulgadas nas redes sociais tem repercussão na saúde (física e mental) dessas mulheres, podendo provocar o desenvolvimento de transtornos alimentares. Diante do exposto, o objetivo do presente estudo foi analisar o impacto das redes sociais no comportamento alimentar de mulheres adultas.

2 MATERIAS E MÉTODOS

O presente estudo trata-se de uma revisão bibliográfica que teve como base uma abordagem qualitativa e descritiva. As fontes de dados escolhidas foram artigos nas bases de dados Literatura-Americana (Scientific Electronic Library Online- SciELO), Medical Literature Analysis and Retrieval System Online (MEDLINE) e livros.

Foram utilizados artigos em língua portuguesa e estrangeira –inglês–, que possuíam informações referentes ao impacto das redes sociais no comportamento alimentar de mulheres adultas, utilizando-se termos delimitadores de pesquisa: redes sociais, comportamento alimentar e autoimagem, para levantamento de dados nos últimos 10 anos, para assegurar referências válidas, comprovando o tema, foram utilizados artigos e livros mais atuais. Os artigos escolhidos foram analisados, como critério de inclusão foram selecionados aqueles que apresentavam esclarecimentos sobre a influência das redes sociais no comportamento alimentar das mulheres e distorção da imagem corporal nas mulheres provocada pelas redes sociais. Estudos sobre o impacto de outras mídias no comportamento alimentar (televisão, rádio e revista) foram excluídos.

2554

Foram identificadas 54 publicações que foram incluídas de acordo com os critérios adotados nessa revisão de literatura. Posteriormente à leitura dos resultados, verificou-se que somente 24 artigos/ livros eram de interesse do objetode estudo proposto.

3 DESENVOLVIMENTO

O comportamento alimentar é caracterizado por um conjunto de ações no ato de se alimentar, que acontece desde a escolha do alimento ao consumo do mesmo. Essas ações têm diversos fatores de influência (estado fisiológico, condições socioeconômicas, crenças, ambiente familiar, grau de escolaridade, hábitos alimentares, imagem corporal e mídias). Cada indivíduo tem seu conhecimento e crenças sobre a alimentação e nutrição e isso é o que direciona o mesmo as escolhas dos alimentos que irá consumir, tudo o que a pessoa acredita ser real (sendo verídico ou não) tem grande influência no seu comportamento alimentar (ALVARENGA. et al 2015; VAZ, BENNEMANN, 2014).

As escolhas alimentares (seleção e consumo de alimentos e bebidas) são o que

definem o consumo alimentar de cada pessoa. Essas escolhas envolvem ações conscientes ou automáticas (como os hábitos), que são determinadas de acordo com o alimento (sabor, aparência, valor nutricional, custo-benefício, disponibilidade e variedade) ou fatores biológicos, socioculturais e psicológicos. O alimento é responsável por nos fornecer energia, todavia não comemos apenas para sobreviver, a comida está associada ao prazer, recompensa e também para criar/ fortalecer vínculos sociais, sendo assim, as escolhas alimentares repercutem em todos esses fatores (ALVARENGA *et al.*, 2015).

A relação do ser humano com a comida sofreu diversas modificações que aconteceram devido ao crescimento da produção industrial dos alimentos, cultura, globalização (criação das mídias- televisão, rádio, redes sociais), da ciência e da massificação (MOURA; FERNANDES, 2013). As mídias sociais conquistaram um enorme poder de influência no comportamento alimentar, todavia esse poder foi utilizado para promover uma cultura do corpo ideal, que afeta até hoje diversas pessoas, principalmente mulheres, que seguem em busca de um padrão estético, que na maioria das vezes é inatingível, por razões corporais e genéticas (JACOB, 2014). Além disso, para promover esse culto ao corpo perfeito são propagados mitos e crenças falsas sobre alimentação e nutrição que prejudicam a relação do ser humano com a comida e colocam em risco a saúde da população (ALVARENGA *et al.*, 2015).

A maioria das pessoas associam alimentação saudável, como um estilo de vida onde não é possível ter prazer ao se alimentar, pois, para esses indivíduos, as comidas que proporcionam a sensação de prazer são proibidas e engordam. Esses pensamentos provocam nos mesmos ansiedade e culpa ao consumir alimentos ditos como “não saudáveis”. Essa culpa após se alimentar, pode promover uma mudança de hábitos alimentares, em busca de não sentir novamente esses sentimentos, todavia, também é capaz de desencadear uma perda de controle e sentimento de impotência, trazendo consequências na saúde física e mental, podendo desencadear Transtornos Alimentares (TA) (ALVARENGA *et al.*, 2015).

Os transtornos alimentares são definidos como distúrbios psiquiátricos, podendo ser desencadeados por diversas causas como biológica, psicológica, clínica e sociocultural, e os principais fatores de risco são: idade, sexo feminino, distorções da imagem corporal e

experiências alimentares ruins. Indivíduos com transtornos alimentares apresentam uma preocupação excessiva com seu peso corporal e medidas, além disso, a relação com os alimentos é bastante conturbada, onde ocorre um consumo de alimentos em excesso e em grandes quantidades ou recusa alimentar (NUNES; SANTOS; SOUZA, 2017).

A Anorexia Nervosa (AN) e a Bulimia Nervosa (BN), são os transtornos alimentares mais conhecidos e têm impacto direto no comportamento alimentar e na autoestima do indivíduo, além disso pode desencadear graves prejuízos clínicos, psicológicos e de convívio social (LAUS *et. al.*, 2014). Na anorexia nervosa, ocorre uma severa perda de peso, ocasionada por privação alimentar e práticas excessivas de atividade física, com o objetivo de ficar cada vez mais magra (o). Já na bulimia nervosa o indivíduo consome grandes quantidades de comida e logo após provoca o vômito e/ou utiliza laxantes e diuréticos (SILVA, 2012). Sendo o tratamento especializado multidisciplinar essencial, todavia para obter sucesso nos resultados do tratamento é de extrema importância promover e trabalhar a mudança no comportamento alimentar (CUPPARI, 2014).

As mulheres têm mais chances de desenvolver um transtorno alimentar, pois sofrem com a insatisfação em relação a sua imagem corporal, em decorrência da cobrança social e ditadura da beleza imposta por mídias sociais (RODRIGUES, 2019). Segundo Rezende (2019) o significado de autoimagem corporal envolve a interpretação que cada pessoa tem a respeito do seu próprio corpo (altura, forma, imagem e sentimentos). A construção da autoimagem é contínua, começando na infância, sofrendo impacto do ambiente familiar, círculo de amizade e redes sociais (MAGALHÃES; BERNARDES; TIENGO, 2017). O modelo teórico biopsicossocial sugere que o culto ao corpo perfeito propagado pelas mídias sociais, podem acabar de duas maneiras: insatisfação corporal e restrição alimentar, que são fatores de risco para o desenvolvimento de transtornos alimentares (AMARAL; STICE; FERREIRA, 2019).

De acordo Souza, *et al.*, (2016), as redes sociais podem ser definidas como “aplicativos baseados na internet construídos a partir das funções ideológicas e tecnológicas da Web 2.0”. O crescimento das redes sociais é expansivo, só em 2018, no Brasil, 78% dos usuários de internet faziam parte de alguma rede social, entre elas o Facebook, Instagram, Twitter, Whatsapp, Snapchat (COSTA *et. al.*, 2019).

Segundo Côrrea (2013), as redes sociais representam um fator determinante no comportamento alimentar das pessoas, em razão da imensa preocupação dos mesmos com o corpo, demonstrando que esse meio de comunicação pode interferir de modo direto no consumo dos usuários. Através das redes sociais, as pessoas têm acesso a conteúdos sobre alimentação, dieta e emagrecimento, que são disseminados todos os dias, na sua grande maioria por usuários sem nenhuma formação na área da nutrição, que acabam promovendo “modismos alimentares” (MAGALHÃES; BERNARDES; TIENGO, 2017).

Atualmente, aplicar informações acerca de nutrição sofre um grande desafio, tendo em vista que no meio das circunstâncias de comunicação, esse conteúdo está sendo impactado pelas grandes *fake news*. Estas são descritas como informações falsas cuja as fontes não são de profissionais em suas áreas de conduta, trazendo explicações simplificadas e fáceis de entender, modificando discernimento técnico, em vários pontos científicos, sociais, políticos ou econômicos, tendo maior extensão quando se trata da área alimentar, sendo indefinidas e com oscilações temporais. Deve-se conferir as dicas que dizem respeito ao que não se deve ou deve comer, levando em consideração ao estilo de vida pessoal (TERRA, 2018).

2557

Para saber como ter uma alimentação saudável, a maioria das pessoas buscam informações nas redes sociais, através de blogueiras e youtubers (NESTLÉ, 2018). Nas redes sociais as pessoas buscam por temas como os suplementos que devem utilizar, dietas que devem fazer e/ou como conquistar o emagrecimento de forma rápida (MAGALHÃES; BERNARDES; TIENGO, 2017).

Oliveira *et al.* (2019), ao analisar seu estudo com mulheres acima de 18 anos, constatou que 89.63% das participantes se sentem insatisfeitas com sua imagem corporal e afirmaram que buscavam conquistar um físico mais magro, pois acreditavam estar acima do peso. Em busca do corpo perfeito idealizado pelas mídias sociais, a maioria dessas mulheres passam a ter comportamentos alimentares que são capazes de desencadear diversas consequências à saúde das mesmas (MACIEL *et al.*, 2019).

De acordo com Lima (2019) a insatisfação corporal é ainda maior quando ocorre uma exposição prolongada a imagens de pessoas que tem o corpo que se encaixa nos padrões de beleza impostos pelas redes sociais.

Um estudo realizado por Back (2017), com estudantes do sexo feminino verificou que as redes sociais afetavam o comportamento das participantes. O estudo demonstrou que 31% das entrevistadas buscavam informações sobre alimentação e beleza nas redes sociais, 21% desejavam ter o corpo que das influenciadoras digitais. As blogueiras ou digital influencers, são pessoas com muitos seguidores e que utilizam as redes sociais como ferramenta de trabalho, divulgando marcas, produtos e serviços (COSTA et. al., 2019).

Outro estudo desenvolvido por Maltez (2016) com participantes do sexo feminino e faixa etária entre 18 a 35 anos, demonstrou que a busca pelo corpo ideal, faziam com que as mulheres considerassem se submeter a dietas restritivas, com o objetivo de se encaixar no padrão socialmente aceitável. Em dietas restritivas, o indivíduo se abstém parcialmente ou totalmente do consumo de determinados alimentos e/ ou nutrientes. Todavia, esse indivíduo não consegue manter esse comportamento alimentar por muito tempo resultando em consequências clínicas, físicas, emocionais e psicológicas (ALVARENGA et al., 2015).

Magalhães; Bernardes; Tiengo (2017) demonstraram em seu estudo realizado com 120 participantes, que 12,5% das mulheres entrevistadas afirmaram seguir orientações nutricionais e planos alimentares indicados por digitais influencers. As redes sociais têm grande influência nas ações dos indivíduos no que se refere ao comportamento alimentar, determinando maneiras para conquistar o físico desejado, fazendo com que as mulheres sintam-se deslumbradas e coloquem em prática tudo aquilo que visualizaram, sem pensar nas consequências que isso trará para sua saúde ou questionar se realmente aquilo tem algum embasamento científico (BARROS, 2019).

Em um estudo realizado por Oliveira et al (2019) com 135 participantes do sexo feminino com idade mínima de 18 anos, apontou que 89,63% das participantes tinha uma insatisfação corporal e estavam em busca de um físico mais magro, pois acreditavam estar acima do peso adequado. Essas mulheres visualizam diariamente nas redes sociais “dietas milagrosas” que oferecem resultados garantidos em um curto período de tempo e, no final, arcam com as consequências clínicas, físicas e os impactos psicológicos negativos (ALVARENGA et al., 2015). Dietas restritivas sempre têm impacto negativo na saúde das pessoas, visto que as mesmas não conseguem manter por muito tempo, logo após vem o

efeito rebote, por meio da compulsão alimentar e transtornos alimentares (OLIVEIRA *et al.*, 2019).

É de extrema importância, que o profissional da nutrição busque identificar o real motivo daquele indivíduo consumir aquele alimento, qual embasamento das suas escolhas alimentares e quais são as influências para seu comportamento alimentar. Entender o comportamento alimentar do paciente é essencial para que o indivíduo tenha adesão ao plano alimentar e conseqüentemente bons resultados com o tratamento nutricional (ALVARENGA *et al.*, 2015).

Além disso, é necessário conscientizar a população sobre os riscos de práticas alimentares sem orientação de um profissional da nutrição, pois cada indivíduo é único, assim como seu plano alimentar deve ser (CARVALHO e FAICARI, 2014). O nutricionista deve atuar como educador nas redes sociais, propagando informações verídicas e orientando as pessoas a fazerem boas escolhas alimentares, sempre enfatizando sobre equilíbrio alimentar e individualidade nutricional. Utilizando as redes sociais para promover alimentação saudável, visto que esse meio de comunicação tem enorme influência no comportamento alimentar de toda a população, principalmente do sexo feminino (BARROS, 2019).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A relação do ser humano com a comida vêm sofrendo modificações ao longo dos anos, a globalização provocou ainda mais mudanças nessa relação, com a criação das redes sociais. As redes sociais vêm ganhando cada vez mais espaço na vida das pessoas, impactando diretamente no comportamento alimentar da população. Na grande maioria das vezes de forma negativa, devido a propagação de informações falsas sobre alimentação e idealização de um padrão de beleza que para a maioria das pessoas é inalcançável.

A ditadura da beleza imposta através das redes sociais, propaga dietas restritivas e um padrão de corpo ideal, que coloca em risco a saúde física e mental, principalmente das mulheres, que são os indivíduos que mais sofrem com esses padrões. Buscando se encaixar nos padrões corporais, adotam dietas restritivas que têm impactos negativos, podendo também desencadear transtornos alimentares como a anorexia nervosa e a bulimia

nervosa.

Os estudos revisados apontam que as redes sociais têm impacto negativo no comportamento alimentar dos usuários, principalmente das mulheres que sofrem com o padrão de beleza que é propagado através dessas redes, aumentando o número de transtornos alimentares e distorção da imagem corporal.

O nutricionista deve estar presente nas redes sociais com o objetivo de propagar informações verídicas sobre nutrição e alimentação, educando a população e promovendo uma alimentação saudável e equilibrada. Para que as pessoas consigam compreender que os alimentos não são vilões e desconstruir esse padrão de beleza que não leva em consideração as peculiaridades de cada ser humano. Além disso, falar sobre nutrição nas redes sociais é uma forma que o nutricionista tem de divulgar seu trabalho.

REFERÊNCIAS

ALVARENGA, M.; FIGUEIREDO, M.; TIMERMAN, F.; ANTONACCIO, C. **Nutrição Comportamental**. São Paulo: Manole, 2015.

AMARAL ACS, Stice E, Ferreira MEC. A controlled trial of a dissonance-based eating disorders prevention program with Brazilian girls. **Psicol Reflex Crít.** 2019;32(1):e13 2560

BACK, L. Padrão de beleza e o consumo de moda na rede social instagram: **Pesquisa com mulheres estudantes que utilizam o aplicativo**. 2017. Trabalho de conclusão de curso. Universidade do Sul de Santa Catarina – UNISUL, Tubarão, SC, 2017. Disponível em: <https://www.riuni.unisul.br/bitstream/handle/12345/7107/TCC%20La%c3%ads%20Back%20o%20RIUNI.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em 22 de maio de 2022.

BARROS, Y.I.B. **Imagem corporal e a influência da mídia na construção do corpo feminino**. 2019. Trabalho de conclusão de curso. Universidade Católica do Salvador – NOVA UCSAL, Salvador, BA, 2019. Disponível em: <http://ri.ucsal.br:8080/jspui/bitstream/prefix/945/1/TCCYURIBARROS.pdf>. Acesso em 30 de maio de 2022.

CARVALHO, T.B.P.C; FAICARI, L.M. **Análise nutricional das dietas de emagrecimento veiculadas por revistas de circulação nacional**. Revista Brasileira de Obesidade, Nutrição e Emagrecimento. São Paulo, v. 8, n. 43, p. 4-15, jan/fev. 2014. Disponível em: <https://pdfs.semanticscholar.org/5425/09160215edb79c77a004d013d0aa83815a6c.pdf>. Acesso em 26 maio de 2022.

CUPPARI, Lilian. **Nutrição Clínica no Adulto**. Guias de Medicina Ambulatorial e Hospitalar Nutrição - Nutrição Clínica no Adulto - 3ª Ed. 2014 - Lilian Cuppari.

CORRÊA, J.D. **O fenômeno instagram na nutrição**. 2013. Trabalho de conclusão de curso. Centro Universitário de Brasília – UniCEUB, Brasília, DF, 2013. Disponível em: <https://repositorio.uniceub.br/jspui/bitstream/235/4677/1/J%20c3%a9ssica%20Diniz%20Corr%20c3%aa%20.pdf>. Acesso em 02 de junho de 2022.

COSTA, M. L., Araújo, D. F. S., Cassiano, M. H., Figueirêdo, H. A. O., Oliveira, V. T. L., Barbosa, I. R. B. & Silva, F. H. V. C (2019). Associação entre o uso de mídias sociais e comportamento alimentar, percepção e checagem corporal. **Brazilian Journal of Health Review**. 2(6), 5898-5914. <https://www.brazilianjournals.com/index.php/BJHR/article/download/5399/4928>. Acesso em 30 de maio de 2022.

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

LIMA, R. A. R. (2019). **Relação entre Mídias Sociais e Transtornos de Autoimagem em Mulheres**. TCC (Trabalho de Conclusão do Curso de Nutrição) - Centro Universitário de Brasília, Brasília. <https://repositorio.uniceub.br/jspui/bitstream/prefix/13488/1/21604814.pdf>.

LAUS MF et al. Imagem corporal no Brasil: avanços recentes no estado de conhecimento e em questões metodológicas. **Rev. Saúde Pública** [online]. 2014;48(2), pp.331-346.

OLIVEIRA, R.C. et al. **Dietas restritivas e a felicidade: Revisão narrativa sobre seus efeitos psicológicos**. Iniciação Científica – Centro Universitário Avantis – UNIAVAN, Balneário Camboriú, SC, v. 1, p. 121-124. 2019. Disponível em: <http://cdn.avantis.edu.br/wp-content/uploads/2019/10/17163239/anais-vii-semana-iniciacao-cientifica.pdf>. Acesso em: 24 de março de 2022. 2561

MACIEL, M.G. et al. Imagem corporal e comportamento alimentar entre mulheres em prática de treinamento resistido. **Revista Brasileira de Nutrição Esportiva**. São Paulo, v. 13, n. 78, p. 159-166, mar/abr. 2019. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6817529>. Acesso em 26 maio de 2022.

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: 26 maio de 2022.

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%20c3%a9rbara%20Gom%20e%20Maltez.pdf>. Acesso em: 26 maio de 2022.

MOURA, Thiemy Kato de; FERNANDES, Marilne Thomazello Mendes. **A influência da mídia na alimentação: a moda do Slow Food.** In: Encontro Latino Americano de Iniciação científica, 2013, São José dos Campos, SP, Anais. São José dos Campos: Universidade Paulista, 2013. Disponível em: < <https://docplayer.com.br/49438652-A-influencia-damidia-na-alimentacao-a-moda-do-slow-food-thiemy-kato-de-moura-marilne-thomazellomendes-fernandes.html>. Acesso em: 26 maio de 2022.

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-fake-news#> >. Acesso em: 26 maio de 2022.

NUNES, LG; Santos, MCS; Souza, AAD. Fatores de Risco Associados ao Desenvolvimento de Bulimia e Anorexia Nervosa em Estudantes Universitários: Uma Revisão Integrativa. **Juiz de Fora: HU Revista.** 2017; 43 (1): 61-69.

REZENDE, B. B. (2019). **Transtornos Alimentares: a influência das mídias sociais na percepção da imagem corporal de jovens e adolescentes.** TCC (Trabalho de Conclusão do Curso de Nutrição) - Centro Universitário de Brasília, Brasília. <https://repositorio.uniceub.br/jspui/bitstream/prefix/13469/1/21600372.pdf>.

RODRIGUES, D.S.S. A influência das mídias sociais na autoimagem da mulher e suas relações no desenvolvimento dos transtornos alimentares. 2019.

2562

Trabalho de conclusão de curso. Universidade do Extremo Sul Catarinense – UNESC, Criciúma, SC, 2019. Disponível em: <http://repositorio.unesc.net/bitstream/1/7153/1/DANIELA%20DA%20SILVA%20DE%20SOUZA%20RODRIGUES.pdf>. Acesso em 30 de maio de 2022.

SILVA, RS; Costa, LA. Prevalência de transtornos mentais comuns entre estudantes universitários da área de saúde. São Paulo: **Revista de Psicologia.** 2012; 15 (23): 105-112.

SOUZA, A. C.; ALVARENGA, M. S. Insatisfação com a imagem corporal em estudantes universitários – Uma revisão integrativa. **Jornal Brasileiro de Psiquiatria,** Rio de Janeiro, v. 65, n. 3, p. 286-299, 2016.

TERRA. M. Fake news e ativismo comprometem informação sobre nutrição. Disponível em: <https://saude.abril.com.br/coluna/alimente-se-com-ciencia/fake-news-e-ativismo-com-prometem-informacao-sobre-nutricao/>. Acesso em 05 de maio de 2022.

VAZ, D.S.S; BENNEMANN, R.M. Comportamento alimentar e hábito alimentar: uma revisão. **Revista UNINGÁ Review.** Maringá, v. 20, n. 1, p. 108-112, out/dez. 2014. Disponível em: <http://revista.uninga.br/index.php/uningareviews/article/view/1557/1168>. Acesso em: 26 maio de 2022.