



IX JORNADA ACADÊMICA DO HUPAA

SAÚDE DIGITAL: EM QUE PODEMOS AVANÇAR?

Eixo Temático – Pesquisa

OS INFLUENCIADORES DIGITAIS E A ALIMENTAÇÃO SAUDÁVEL NAS MÍDIAS SOCIAIS: UMA REVISÃO INTEGRATIVA

DIGITAL INFLUENCERS AND HEALTHY FOOD IN SOCIAL MEDIA: AN INTEGRATIVE REVIEW

Maria Caroline de Melo Silva

Centro Universitário Cesmac, Maceió-AL, Brasil

<https://orcid.org/0000-0003-2594-5222>

melocaroline493@gmail.com

Barbara Vitória dos Santos Torres

Universidade Federal de Alagoas, Maceió-AL, Brasil

<https://orcid.org/0000-0002-0153-1554>

lucyleedean@gmail.com

Lindynês Amorim de Almeida

Universidade Federal de Alagoas, Maceió-AL, Brasil

<https://orcid.org/0000-0001-9749-7938>

lindyalmeida7@gmail.com

Rillary Caroline de Melo Silva

Universidade Federal de Alagoas, Maceió-AL, Brasil

<https://orcid.org/0000-0002-1488-1887>

melorillary@gmail.com

Resumo: Introdução: A comunicação é um recurso importante para propagação de hábitos alimentares saudáveis, sendo comumente realizada através das plataformas digitais (*Instagram, Youtube, Twitter, Facebook*). É importante ressaltar que as informações que são repassadas ao público, principalmente pelos denominados *influencers*, devem promover saúde para os usuários, o que de acordo com as evidências acaba não acontecendo, podendo levar as pessoas em sua maioria a desenvolverem déficit nutricional. **Objetivo:** Identificar como as mídias sociais influenciam na alimentação saudável dos indivíduos. **Metodologia:** Trata-se de uma Revisão Integrativa de literatura, que foi embalada na seguinte questão norteadora "como vem sendo retratado o tema da alimentação saudável pelos influenciadores digitais nas mídias sociais?". **Resultados:** Foi observado que os indivíduos usuários de mídias sociais, principalmente crianças e adolescentes, possuem uma tendência maior de consumir produtos alimentares considerados não saudáveis por influência midiática. Além disso, foi identificado nos estudos, que, aumentar a promoção de alimentos saudáveis nas redes sociais não surte em uma estratégia eficaz para encorajar comportamentos alimentares saudáveis. **Considerações Finais:** Nesse contexto, foi





IX JORNADA ACADÊMICA DO HUPAA

SAÚDE DIGITAL: EM QUE PODEMOS AVANÇAR?

observado a influência que as mídias sociais e aqueles designados *influencers* possuem sobre usuários da internet. Onde estes influenciadores, ao promoverem dietas milagrosas, para um corpo saudável e belo, podem estar promovendo um déficit nutricional naqueles que os seguem.

Palavras-chave: alimentação saudável; hábitos alimentares; mídias sociais.

Abstract: Introduction: Communication is an important resource for the propagation of healthy eating habits, and is commonly carried out through digital platforms (*Instagram, Youtube, Twitter, Facebook*). It is important to emphasize that the information that is passed on to the public, mainly by the so-called *influencers*, should promote health for users, which, according to the evidence, ends up not happening, and may lead most people to develop a nutritional deficit. **Objective:** To identify how social media influence the healthy eating habits of individuals. **Methodology:** This is an Integrative Literature Review, which was wrapped in the following guiding question "How has the theme of healthy eating been portrayed by digital influencers in social media?".

Results: It was observed that individuals who use social media, especially children and adolescents, have a greater tendency to consume food products considered unhealthy by media influence. In addition, studies have identified that increasing the promotion of healthy foods on social media is not an effective strategy to encourage healthy eating behaviors. **Final Considerations:** In this context, the influence that social media and those designated *influencers* have on internet users was observed. Where these influencers, when promoting miraculous diets, for a healthy and beautiful body, may be promoting a nutritional deficit in those who follow them.

Keywords: healthy eating; eating habits; social media.

1 INTRODUÇÃO

As orientações para a promoção de uma alimentação adequada e saudável segundo o Guia Alimentar para a População Brasileira, incluem a escolha de alimentos que representem refeições nutricionalmente balanceadas, saborosas e culturalmente apropriadas. Ressalta-se, ainda, que as circunstâncias que envolvem o consumo de alimentos, como: comer sozinho, sentado no sofá e/ou diante da televisão, compartilhar uma refeição, sentado à mesa com familiares ou amigos, determinam quais alimentos serão consumidos e a quantidade (Brasil, 2014).

A comunicação é um recurso importante para a propagação de hábitos alimentares saudáveis, sendo atualmente feita em sua maior parte através das mídias sociais, destacando-se *Instagram, Twitter, Youtube e Facebook*, que se tornaram estratégias para o compartilhamento da informação e do conhecimento, mediante as relações entre os indivíduos que a elas integram. As blogueiras/*digital influencer* são pessoas que possuem uma grande quantidade de seguidores e são patrocinadas por marcas para realizarem o *marketing* dos produtos, de modo que consigam alcançar vendas e sucesso no mercado (Costa, 2018).





IX JORNADA ACADÊMICA DO HUPAA

SAÚDE DIGITAL: EM QUE PODEMOS AVANÇAR?

Todavia, alguns conteúdos que criam padrões generalizados, promovendo influências para com a satisfação ou insatisfação corporal e alimentar, despertam fatores de insatisfação e baixa autoestima, em especial quando as pessoas possuem vulnerabilidades biopsicossociais, tendo uma maior possibilidade de transtornos alimentares e problemas psicológicos (Costa, 2018). Diante disso, este trabalho tem o objetivo de descrever como os influenciadores digitais retratam a alimentação saudável nas mídias sociais.

2 DESENVOLVIMENTO

2.1 Metodologia

Trata-se de uma Revisão Integrativa (RI) de literatura, a qual é um método capaz de sintetizar informações obtidas em pesquisas de um tema ou questão específica, de forma sistemática, abrangente e ordenada, além disso, contribui para o aprofundamento do tema investigado, bem como, permite a incorporação das evidências na prática clínica (Sousa *et al.*, 2017).

Para o desenvolvimento da revisão, foram seguidos os passos preconizados por Mendes, Silveira e Galvão (2019), os quais referem-se as seguintes etapas: 1) definição da pergunta da revisão; 2) busca e seleção dos estudos primários; 3) extração de dados dos estudos primários; 4) avaliação crítica dos estudos primários; 5) síntese dos resultados da revisão e 6) apresentação da revisão.

Assim, a pesquisa foi iniciada com a definição da pergunta da revisão, para isso foi utilizada a estratégia PICO (P= população, I = intervenção, C = comparação, O = outcomes/desfecho) para auxiliar na elaboração da pergunta norteadora do estudo (Mendes; Silveira; Galvão, 2019). Dessa maneira, foi elaborada a seguinte questão: Como vem sendo retratado o tema da alimentação saudável pelos influenciadores digitais nas mídias sociais?

2.2 Resultados

Esta RI utilizou duas estratégias de busca nos bancos de dados, a partir do operador booleano “AND” combinou as palavras: “Alimentação Saudável AND Mídias Sociais” e “Diet, Healthy AND





IX JORNADA ACADÊMICA DO HUPAA

SAÚDE DIGITAL: EM QUE PODEMOS AVANÇAR?

Social Media”. Após o cruzamento das estratégias de busca nos bancos de dados, foram encontrados 821 artigos no total, mas foram selecionados apenas 9 trabalhos.

Observou-se que os indivíduos usuários de mídias sociais, principalmente crianças e adolescentes, possuem uma tendência maior de consumir produtos alimentares considerados não saudáveis por influência midiática. Por conseguinte, foi identificado nos estudos que, aumentar a promoção de alimentos saudáveis nas redes sociais não é uma estratégia eficaz para encorajar comportamentos alimentares saudáveis. Ademais, foi apontado que seguir as dietas da moda, pode ocasionar em doenças de carência nutricional, as quais geram riscos à saúde dos indivíduos.

2.3 Discussão

A televisão há muito tempo domina a participação no mercado publicitário, mas nos últimos anos, houve um aumento no marketing de mídia digital e online, que quando realizado pelos influenciadores pode intervir de modo significativo nas vidas e no cotidiano das pessoas e isso também está ligado com as suas alimentações, seja de forma saudável ou não. O uso das mídias sociais é um fenômeno global e, portanto, todos estão expostos a anúncios e promoções sutis, a partir do momento que ler ou comentar postagens, assinar o conteúdo, marcar *hashtag* ou até mesmo curtir determinadas marcas ou conteúdos (Baldwin; Freeman; Kelly, 2018).

Além do uso questionável e muitas vezes problemático da internet, potencializar a ingestão de alimentos não essenciais, os quais são ricos em calorias e pobres em nutrientes, como *fast foods*, bebidas açucaradas e salgadinhos, também pode-se evidenciar as normas sociais presentes nesse meio midiático. Para conquistar aprovação e reconhecimento dos grupos sociais, sendo em ambientes presenciais ou virtuais, muitos adolescentes e jovens se submetem a dietas e exercícios, muitas vezes desnecessários, para alcançar a imagem corporal ideal, decorrente da pressão internalizada pelas redes sociais (Aguar; Rosa, 2023).

Nesse contexto, é relevante mencionar que as imagens e as legendas das postagens publicadas pela maioria dos influenciadores são voltadas para um perfeccionismo extremo e uma imagem corporal padronizada. Por essa razão, os usuários nem sempre se dão conta que algumas das imagens postadas sofreram adulteração digital, buscando uma imagem corporal ideal que só pode ser





IX JORNADA ACADÊMICA DO HUPAA

SAÚDE DIGITAL: EM QUE PODEMOS AVANÇAR?

alcançada se seguir os conselhos dados por tais influenciadores, contribuindo no consumo dos produtos ofertados por esses *influencers* (Pilgrim; Bohnet-Joschko, 2019).

Assim, as dietas da moda que apresentam um baixo déficit nutricional podem representar um risco potencial para a saúde humana, podendo favorecer o aumento de doenças carenciais e transtornos alimentares, tendo em vista, que tanto macro quanto micronutrientes são deficientes nessas dietas (Braga; Colestro; Freitas, 2019). Posteriormente, pode ocasionar desnutrição e interferir em uma educação nutricional adequada, visto que foi convencido por um *influencer*, quando deveria estar recebendo orientações e/ou tratamento de um profissional da nutrição (Lynn *et al.*, 2020).

Apesar de estarmos vivendo em uma era da idealização corporal e que a maior parte dos influenciadores abordam em suas redes sociais assuntos como dieta, nutrição e atividade física e encantam o público com legendas inspiradoras voltadas ao condicionamento físico, muitos não são expertises na área e, dessa forma, a população precisa estar atenta e ter cuidado. Quanto a isso, a sociedade capitalista visa o lucro, logo, muitos desses influenciadores buscam parcerias promocionais, seguidores e dinheiro, sendo que, em geral o bem-estar integral de seu público é colocado em segundo plano (Pilgrim; Bohnet-Joschko, 2019).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nesse contexto, foi observado que as mídias sociais e seus *influencers* exercem forte poder de persuasão sobre usuários da internet, pois ao promoverem dietas milagrosas, para um corpo saudável e belo, podem estar promovendo um déficit nutricional naqueles que os seguem. No entanto, vale salientar que nem todo conteúdo digital voltado para alimentação é maléfico, como a promoção de uma maior ingestão de frutas e verduras que podem auxiliar em um maior interesse do público para esses alimentos.

REFERÊNCIAS

AGUIAR, M. L. C.; ROSA, M. G. S. **A influência das mídias sociais no comportamento alimentar de adolescentes e jovens adultos: uma revisão sistemática.** Monografia (Bacharelado em Nutrição) - Universidade do Sul de Santa Catarina, Florianópolis, 2023. Disponível em: <https://repositorio.animaeducacao.com.br/handle/ANIMA/33399>. Acesso em: 19 ago. 2023.



IX JORNADA ACADÊMICA DO HUPAA

SAÚDE DIGITAL: EM QUE PODEMOS AVANÇAR?

BALDWIN, H. J.; FREEMAN, B.; KELLY, B. Like and share: associations between social media engagement and dietary choices in children. **Public Health Nutrition**, v. 21, n. 17, p. 3210-3215, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1017/S1368980018001866>. Acesso em: 25 jul. 2023.

BRAGA, D. C. A.; COLETRO, H. N.; FREITAS, M. T. Nutritional composition of fad diets published on websites and blogs. **Revista de Nutrição**, v. 32, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1678-9865201932e170190>. Acesso em: 10 jun. 2023.

BRASIL. Ministério da Saúde. **Guia Alimentar para População Brasileira promovendo a alimentação saudável**. 2. ed. Brasília: MS, 2014. Acesso em: 22 jul. 2023.

COATES, A. E. *et al.* Social Media Influencer Marketing and Children's Food Intake: a Randomized Trial. **Pediatrics**, v. 143, n. 4, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.1542/peds.2018-2554>. Acesso em: 25 jul. 2023.

COSTA, M. L. **Associação entre o uso de mídias sociais e comportamento alimentar, percepção e checagem corporal**. 2018. 51f. Monografia (Bacharelado em Nutrição)- Faculdade de Ciências da Saúde, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Santa Cruz, 2018. Disponível em: <https://repositorio.ufrn.br/handle/123456789/34680>. Acesso em: 19 ago. 2023

LYNN, T. *et al.* Sorting the Healthy Diet Signal from the Social Media Expert Noise: Preliminary Evidence from the Healthy Diet Discourse on Twitter. **International Journal of Environmental Research and Public Health**, v. 17, n. 22, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.3390/ijerph17228557>. Acesso em: 29 jul. 2023.

MENDES, K. D. S.; SILVEIRA, R. C. C. P.; GALVÃO, C. M. Uso de gerenciador de referências bibliográficas na seleção dos estudos primários em revisão integrativa. **Texto e contexto Enfermagem**, v. 28, 2019. Disponível em: <https://dx.doi.org/10.1590/1980-265X-TCE-2017-0204>. Acesso em: 2 ago. 2023.

PILGRIM, K.; BOHNET-JOSCHKO, S. Selling health and happiness how influencers communicate on Instagram about dieting and exercise: mixed methods research. **BMC Public Health**, v. 19, n. 1054, 2019. Disponível em: <https://bmcpublikehealth.biomedcentral.com/articles/10.1186/s12889-019-7387-8>. Acesso em: 10 ago. 2023.

SOUSA, L. M. M. *et al.* A metodologia de revisão integrativa da literatura em enfermagem. **Revista Investigação em Enfermagem**, v. 21, n. 2, p. 17-26, 2017. Disponível em: <http://www.sinaisvitais.pt/images/stories/Rie/RIE21.pdf#page=17>. Acesso em: 3 ago. 2023.