

INFLUÊNCIA DE CONTEÚDOS DIGITAIS SOBRE NUTRIÇÃO NA PRÁTICA ALIMENTAR DE JOVENS E ADULTOS: UMA REVISÃO INTEGRATIVA

INFLUENCE OF DIGITAL CONTENT ON NUTRITION IN THE EATING
PRACTICES OF YOUNG PEOPLE AND ADULTS: AN INTEGRATIVE REVIEW

Ciências Sociais Aplicadas, Ciências da Saúde • 11/10/2026

REGISTRO DOI: [10.70773/revistatopicos/791611129](https://doi.org/10.70773/revistatopicos/791611129)

Ana Cristina Souza da Silva¹

Layza Maria de Souza Portela²

Suzi Oliveira dos Santos³

Albertiza Jean Souza Cavalcante⁴

Ronildo Oliveira Figueiredo⁵

RESUMO

A ampla disseminação de informações sobre alimentação e nutrição em plataformas digitais tem alterado a maneira como jovens e adultos desenvolvem suas escolhas alimentares, ampliando a participação de influenciadores digitais na disseminação de informações relacionadas à alimentação e nutrição. Diante dessa questão, o presente estudo visa analisar, com base na literatura científica, a influência dos conteúdos digitais sobre nutrição nas práticas alimentares de jovens e adultos. Este trabalho consiste em uma revisão integrativa da literatura, incluindo publicações entre 2016 e 2026, em bases de dados técnicas especializadas, utilizando expressões de busca compostas por descritores combinados com operadores booleanos e/ou utilização de opções de busca avançada quando a base de dados oferecia essa possibilidade. Após a seleção dos documentos mais relevantes por meio da análise crítica destes, foram selecionados seis estudos. Os resultados revelaram tendências de que a exposição a conteúdos digitais pode favorecer a adesão a dietas restritivas e modas alimentares, à autoprescrição de suplementos, à comparação social ascendente e à internalização de padrões corporais inatingíveis, estando associados à imagem corporal, ao sentimento de culpa relacionado à alimentação e a aspectos da saúde mental, especialmente nas populações femininas investigadas. Estudos recentes mostraram que influenciadores indicam dietas de exclusão com alegações de saúde exclusivamente positivas e que o tempo diário de exposição está relacionado a escores mais altos de sintomas depressivos. A partir dos resultados obtidos, observa-se que os conteúdos digitais podem influenciar significativamente o comportamento alimentar e sugere-se que a atuação do nutricionista nesses ambientes, em conjunto com ações de educação alimentar, nutricional e midiática, pode representar uma estratégia promissora para a promoção de práticas alimentares

mais adequadas.

Palavras-chave: Comportamento alimentar; Mídias sociais; Educação alimentar; Adulto jovem; Desinformação.

ABSTRACT

The widespread dissemination of information about food and nutrition on digital platforms has altered how young people and adults make their food choices, expanding the role of digital influencers in disseminating information related to food and nutrition. Given this issue, this study aims to analyze, based on scientific literature, the influence of digital content on nutrition in the eating habits of young people and adults. This work consists of an integrative literature review, including publications between 2016 and 2026, in specialized technical databases, using search terms composed of descriptors combined with Boolean operators and/or using advanced search options when the database offered this possibility. After selecting the most relevant documents through critical analysis, six studies were selected. The results revealed trends that exposure to digital content can favor adherence to restrictive diets and food fads, self-prescription of supplements, upward social comparison, and the internalization of unattainable body standards, being associated with body image, feelings of guilt related to food, and aspects of mental health, especially in the female populations investigated. Recent studies have shown that influencers promote exclusion diets with exclusively positive health claims, and that daily exposure time is related to higher scores on depressive symptoms. Based on the results obtained, it is observed that digital content can significantly influence eating behavior, and it is suggested that the role of nutritionists in these environments, in conjunction with food, nutrition, and media education initiatives, may represent a promising strategy for promoting more appropriate eating practices.

Keywords: Eating behavior; Social media; Food and nutrition education; Young adult; Misinformation.

1. INTRODUÇÃO

O comportamento alimentar vai além da simples ingestão de nutrientes e envolve estímulos internos e externos, fatores orgânicos, psicológicos e sociais, assim como motivações relacionadas às emoções, conflitos e necessidades que não se limitam apenas à fome (Faria; Almeida; Ramos, 2021). As escolhas alimentares são, portanto, formadas em um contexto social permeado por valores, símbolos e discursos, dentre os quais os veiculados pela mídia ganham destaque crescente, pois estabelecem hábitos influenciados por determinações socioculturais e, com frequência, divulgam valores alimentares que se afastam da realidade (Nunes *et al.*, 2022). Com a popularização das plataformas digitais, essa influência foi ampliada e reconfigurada. Em comparação com formas tradicionais de mídia, as plataformas digitais ampliam as possibilidades de interação, produção e compartilhamento de conteúdo, sendo aquelas focadas em imagens, como Instagram e TikTok, mais relacionadas à insatisfação corporal em comparação com as que se baseiam em texto (Tiggemann; Slater, 2017). Nesse contexto, as redes sociais tornaram-se fontes comuns de informação sobre alimentação e saúde. Em uma pesquisa realizada com mulheres brasileiras que utilizam essas plataformas, 80% disseram seguir ao menos um perfil com conteúdo relacionado à alimentação ou ao corpo, e 67% relataram ter mudado algum comportamento alimentar em consequência dessa influência (Esteves; Veras; Santos, 2022). Os nutricionistas também têm se inserido nas redes sociais devido à demanda por informações acessíveis, rápidas e gratuitas, o que abre espaço para a competição entre conteúdos com respaldo

científico e aqueles produzidos por perfis sem a devida formação técnica (Fraga; Borges, 2020). Entre os conteúdos mais populares estão as chamadas dietas da moda, que são práticas alimentares temporárias e populares que prometem resultados rápidos, mas carecem de fundamentação científica e individualização, figurando como as três mais buscadas na internet a dieta cetogênica, dieta da lua e dieta da proteína (Lima *et al.*, 2015; Passos; Vasconcellos-Silva; Santos, 2020). Além disso, há uma ampla divulgação de suplementos alimentares, cuja compra não requer prescrição e é frequentemente incentivada pelas redes sociais (Faria; Almeida; Ramos, 2021). Um estudo transversal envolvendo 4.692 mulheres de 18 a 34 anos identificou que aquelas que passavam mais de quatro horas diárias nas redes sociais apresentaram os maiores escores de sintomas depressivos, especialmente as que realizavam apenas uma refeição por dia (Altan *et al.*, 2026). A relevância desta pesquisa se justifica pelo fato de que os conteúdos digitais se firmaram como mediadores cotidianos nas escolhas alimentares, em um ambiente caracterizado pela rápida circulação de informações de diferentes níveis de qualidade científica, o que amplia a exposição à desinformação nutricional. Adicionalmente, parte das investigações disponíveis foca em adolescentes, enquanto os efeitos sobre jovens e adultos, que tendem a consolidar práticas alimentares, ainda são pouco explorados (Martins, 2025). Com isso em mente, o presente estudo tem como objetivo geral analisar, à luz da literatura científica, a relação entre os conteúdos digitais e as práticas alimentares de jovens e adultos. Em termos de objetivos específicos, busca-se: identificar os principais tipos de conteúdo nutricional disponíveis nas mídias digitais; descrever as práticas alimentares relacionadas ao consumo desses conteúdos; e discutir o papel do nutricionista na promoção da educação alimentar, nutricional e midiática no ambiente digital.

2. METODOLOGIA

Trata-se de uma revisão integrativa da literatura, com enfoque qualitativo e natureza descritiva. Esse formato revisional agrega descobertas de pesquisas realizadas com diferentes métodos, possibilitando a condensação dos resultados sem comprometer a perspectiva epistemológica dos estudos considerados, desde que a análise e a síntese das informações primárias sejam realizadas de maneira sistemática e rigorosa (Souza; Silva; Carvalho, 2010).

O processo metodológico foi dividido em seis fases: 1) Identificação do tema e formulação da questão central; 2) Definição dos critérios para inclusão e exclusão; 3) Escolha das informações a serem coletadas; 4) Avaliação dos estudos selecionados; 5) Interpretação dos dados; 6) Apresentação da síntese do conhecimento gerado (Mendes; Silveira; Galvão, 2008).

A questão central foi formulada da seguinte maneira: qual a relação entre os conteúdos digitais relacionados à alimentação e nutrição e as práticas alimentares de jovens e adultos?

Os dados foram coletados entre junho e agosto de 2026 por meio de buscas na Biblioteca Virtual em Saúde (BVS), PubMed e Google Acadêmico, selecionados por sua abrangência e relevância para pesquisas nas áreas de saúde, alimentação e nutrição.

Foram utilizadas as seguintes expressões de busca conforme o Quadro 1 abaixo:

Quadro 1. Expressões de busca utilizadas por base de dados.

BASE	EXPRESSÃO DE BUSCA
------	--------------------

BVS	("mídias sociais" OR "redes sociais" OR "Instagram" OR "TikTok") AND ("comportamento alimentar" OR "práticas alimentares" OR "hábitos alimentares" OR "educação alimentar e nutricional") AND ("adultos jovens" OR "universitários")
PubMed	("social media" OR "Instagram" OR "TikTok") AND ("food choice" OR "eating behavior")
Google Acadêmico	("conteúdo digital" AND "práticas alimentares" AND "jovens adultos")

Fonte: Elaborado pelas autoras (2026).

Os critérios de inclusão foram: artigos originais, de revisão, e trabalhos finais disponíveis na íntegra e gratuitos, publicados entre 2016 e 2026 em português ou inglês que abordassem diretamente a relação entre conteúdos digitais e as práticas alimentares de jovens e adultos com idade igual ou superior a 18 anos.

Os critérios de exclusão foram: publicações em duplicata; estudos não disponíveis em texto completo; e pela leitura do título e resumo: trabalhos cuja população estivesse abaixo de 18 anos; editoriais, cartas ao leitor, resenhas e materiais não científicos; e investigações sobre uso de mídias digitais sem ligação com alimentação, nutrição ou saúde mental.

A seleção final dos estudos foi feita através da leitura completa dos textos que respondessem à questão central. Para a organização dos dados, foi criado um instrumento de extração que incluía autor, ano de publicação, tipo de estudo, base de dados, objetivo e principais resultados. Após aplicar os filtros e realizar uma leitura cuidadosa do material, foram incluídos nesta revisão seis estudos publicados entre 2021 e 2026.

Considerando a natureza integrativa desta revisão, foram incluídos estudos com diferentes delineamentos metodológicos. Para a interpretação dos resultados, as evidências foram analisadas de acordo com as características e limitações de cada tipo de estudo, evitando atribuir o mesmo peso às diferentes abordagens metodológicas. Estudos primários observacionais foram considerados principalmente para identificação de associações e comportamentos nas populações investigadas, enquanto estudos de revisão contribuíram para a contextualização e síntese do conhecimento disponível. As análises de conteúdo foram utilizadas para caracterizar as mensagens e recomendações disseminadas nos ambientes digitais

3. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Foram obtidos os seguintes resultados por base de dados utilizada, disponibilizados abaixo no Quadro 2:

Quadro 2. Resultados obtidos a partir do tratamento dos documentos brutos recuperados nas bases de dados.

BASES DE DADOS	TOTAL BRUTO	DUPLICAT A REMOVID A	NÃO DISPONÍV EL EM TEXTO COMPLET O	EXCLUÍDO S PELO TÍTULO	EXCLUÍ S PEL RESUM O
BVS	n = 23	n = 0	n = 5	n = 7	n = 1
PubMed	n = 13	n = 1	n = 2	n = 7	n = 2
Google Acadêmico	n = 10	n = 2	n = 2	n = 2	n = 1

⚠ Esta tabela possui muitas colunas e foi cortada para impressão. Para visualizá-la completa, acesse o artigo original em: <https://revistatopicos.com.br/artigos/influencia-de-conteudos-digitais-sobre-nutricao-na-pratica-alimentar-de-jovens-e-adultos-uma-revisao-integrativa?noblockage>

Fonte: Elaborado pelas autoras (2026).

A busca inicial recuperou 46 documentos. Após a remoção das duplicatas e a aplicação dos critérios de inclusão e exclusão, seis estudos compuseram a amostra final. Dos documentos selecionados para compor este trabalho, 2 foram recuperados da base de dados BVS, 1 foi recuperado da base de dados PubMed, e 3 foram recuperados da base de dados Google Acadêmico; sendo 3 deles artigos originais, 2 artigos de revisão e 1 Trabalho de Conclusão de Curso (TCC).

3.1. Caracterização dos Estudos Incluídos

Os estudos que compõem esta revisão foram organizados no Quadro 3, segundo autoria, ano, tipo de documento, objetivo e principais achados, de modo a facilitar a análise comparativa e a interpretação dos dados.

Quadro 3. Caracterização dos estudos incluídos na revisão integrativa, segundo autoria, ano, tipo de documento, base de dados, objetivo e principais achados.

AUTORES / ANO	TIPO DE DOCUMENTO / BASE DE DADOS	OBJETIVO	PRINCIPAIS ACHADOS
Altan et al. (2026)	Artigo Original /	Investigar as associações	Escore médio de depressão de 16,6 pontos,

	BVS	entre uso de redes sociais, comportament o alimentar e sintomas depressivos	mais elevado entre quem permanecia mais de quatro horas diárias em redes sociais, realizava apenas uma refeição ao dia e referia pior saúde mental. As associações não se mostraram lineares nem uniformemente adversas.
Esteves; Veras; Santos (2022)	Artigo Original / Google Acadêmico	Investigar o impacto dos influenciadores digitais sobre o comportament o alimentar de mulheres	80% seguem perfis com conteúdo sobre alimentação ou corpo e 67% já modificaram algum comportamento alimentar por essa influência; 74% sentem o corpo inferior ao dos influenciadores; 69% percebem repercussão sobre o estado mental; 44,2% referem culpa ao comer; 36,8% já aderiram à dieta low carb.
Lietz; Dapprich; Fischer (2026)	Artigo Original / PubMed	Identificar os temas e as recomendações alimentares difundidas pelo movimento carnívoro	Alimentos (45,7%) e política e sociedade (31,6%) predominaram; 49,1% das postagens desta última eram advertências contra ultraprocessados (26,8%), carboidratos (14,8%) e alimentos vegetais (11,0%). Todas as alegações de saúde foram positivas e 25,1% das publicações eram publicitárias.

Faria; Almeida; Ramos (2021)	Artigo de Revisão / Google Acadêmico	Discutir os impactos das dietas restritivas e da suplementação usadas sem prescrição profissional	As dietas da moda são divulgadas por influenciadores sem formação técnica, carecem de individualização e apresentam baixo aporte energético. Relatam-se fraqueza (63,63%), irritabilidade (54,54%) e tontura (54,54%), além de efeito rebote e risco aumentado de transtornos alimentares.
Nunes et al. (2022)	Artigo de Revisão / BVS	Evidenciar a influência das redes sociais no comportament o alimentar de mulheres adultas	O culto ao corpo perfeito desdobra-se em insatisfação corporal e restrição alimentar, fatores de risco para transtornos alimentares. Conteúdos sobre dieta e emagrecimento são difundidos majoritariamente por usuários sem formação em nutrição, promovendo modismos alimentares.
Martins (2025)	TCC / Google Acadêmico	Analisar a influência das mídias sociais nos hábitos alimentares e na saúde mental de mulheres adultas	A comparação social ascendente, intensificada por plataformas centradas em imagem e pela lógica algorítmica, associa-se à insatisfação corporal, à baixa autoestima e a comportamentos alimentares de risco, incluindo restrição, vigilância corporal e sintomas de ortorexia nervosa.

Fonte: Elaborado pelas autoras (2026).

Embora o período de elegibilidade tenha compreendido 2016 a 2026, os seis estudos selecionados foram publicados entre 2021 e 2026, o que demonstra a relevância atual e a persistência do tema nas discussões científicas. Quanto ao delineamento, a amostra foi composta por três estudos primários e três estudos secundários. Entre os primários foram identificados estudos observacionais e análise de conteúdo, enquanto os estudos secundários compreenderam revisões bibliográficas/narrativas. Essa diversidade metodológica amplia a compreensão do fenômeno, mas exige cautela na comparação dos resultados, uma vez que os delineamentos apresentam objetivos, procedimentos e limitações distintas. Os estudos transversais permitem identificar associações em determinado momento, porém não estabelecem causalidade. As revisões sintetizam evidências previamente produzidas, enquanto as análises de conteúdo permitem compreender as características das informações divulgadas nas plataformas digitais. Assim, os achados foram interpretados considerando as particularidades de cada delineamento, conforme o Quadro 4 abaixo.

Quadro 4. Caracterização metodológica dos documentos selecionados, o tipo de contribuição oferecido à revisão e o país em que o estudo foi realizado.

ESTUDOS	TIPO DE ESTUDO	PAÍS DO ESTUDO	O QUE ESTE ESTUDO PERMITE CONCLUIR
Esteves; Veras; Santos (2022)	Estudo observacional descritivo	Brasil	Mostra comportamentos e percepções relatadas pelos participantes.

	(Estudo Primário)		
Faria; Almeida; Ramos (2021)	Revisão bibliográfica qualitativa e descritiva (Estudo Secundário)	Brasil	Sintetiza evidências previamente publicadas sobre dietas restritivas, dietas da moda e uso de suplementos.
Martins (2025)	Revisão narrativa (Estudo Secundário)	Brasil	Apresenta uma discussão ampla do tema, mas com menor padronização metodológica.
Nunes et al. (2022)	Revisão bibliográfica qualitativa e descritiva (Estudo Secundário)	Brasil	Resume resultados já publicados sobre mídias e transtornos alimentares.
Altan et al. (2026)	Estudo transversal (Estudo Primário)	Turquia	Identifica associações entre uso de redes sociais, comportamento alimentar e sintomas depressivos, sem provar relação causal.
Lietz; Dapprich; Fischer (2026)	Análise de conteúdo (Estudo Primário)	Alemanha	Mostra quais mensagens e recomendações aparecem nas postagens dos influenciadores.

Fonte: Elaborado pelas autoras (2026).

Embora os estudos analisados apontem relação entre exposição aos conteúdos digitais e alterações no comportamento alimentar, os achados devem ser interpretados considerando também as

diferenças metodológicas. Os estudos transversais identificam associações entre uso das redes sociais e determinados comportamentos ou sintomas, porém não permitem estabelecer uma relação de causa e efeito. As revisões incluídas reforçam a recorrência desses achados na literatura, mas representam evidências secundárias, uma vez que sintetizam estudos previamente publicados. Já a análise de conteúdo de postagens permite compreender quais tipos de mensagens nutricionais são divulgadas nas redes sociais, embora não avalie diretamente seus efeitos sobre os indivíduos.

Dessa forma, os resultados devem ser analisados de maneira complementar. Enquanto os estudos observacionais permitem conhecer comportamentos e associações identificadas nas populações estudadas, as revisões contribuem para uma visão mais ampla do fenômeno, e as análises de conteúdo ajudam a compreender as características das mensagens veiculadas nas plataformas digitais.

Em termos de origem, dos seis estudos incluídos, quatro são provenientes do contexto brasileiro e dois correspondem a estudos internacionais, desenvolvidos na Alemanha e na Turquia, o que possibilitou uma comparação entre o cenário nacional e dados de outros contextos socioculturais. No que se refere à população estudada, identificou-se uma concentração em mulheres jovens e mulheres adultas, com o maior número de participantes advindo do estudo turco, que contou com 4.692 indivíduos (Altan *et al.*, 2026). De modo geral, os estudos apontam associações entre a exposição a conteúdos midiáticos/digitais e aspectos do comportamento alimentar, apresentando divergências em relação à intensidade, aos

mecanismos envolvidos e ao nível de linearidade na relação observada.

3.2. Da Mídia Tradicional às Plataformas Digitais: Continuidade e Intensificação

Para dar contexto a esta parte da análise como fonte complementar aos estudos selecionados, foi utilizado Santos *et al.* (2017) que afirma que na mídia convencional, o tempo excessivo de visualização estava relacionado ao aumento do consumo de açúcar, doces e refrigerantes, ao passo que o consumo de frutas diminuía, um fenômeno que pode ser parcialmente explicado pela publicidade. O que se percebe nas plataformas digitais é a continuidade dessa dinâmica, agora intensificada por três fatores. O primeiro é a mobilidade, já que a acessibilidade em tempo real por meio de dispositivos móveis elimina as barreiras entre o ambiente virtual e o físico, tornando a exposição contínua e comum (Martins, 2025). O segundo fator é a mudança de um consumo passivo para um consumo ativo, onde o usuário não apenas consome, mas também cria, compartilha e é avaliado por meio de reações e comentários. O terceiro fator é a lógica algorítmica, que é projetada para dar preferência a conteúdos com maior interação, frequentemente relacionados a padrões corporais ideais e estilos de vida perfeitos, o que aumentou a frequência de exposição a padrões inatingíveis (Nesi; Prinstein, 2015).

Dessa forma, conclui-se que a influência da mídia no comportamento alimentar não surgiu com as redes sociais, mas foi intensificada por elas: enquanto a publicidade na televisão influenciava a preferência por produtos, o conteúdo digital pode

estar relacionado simultaneamente a escolha dos alimentos, a percepção do corpo e a definição do que é considerado saudável.

3.3. Conteúdos Digitais e a Adesão a Dietas Restritivas e da Moda

A ampla disseminação de dietas restritivas nas redes sociais é um dos achados mais significativos entre os estudos revisados. Faria, Almeida e Ramos (2021) corroboram os estudos selecionados apontando que tais dietas são amplamente aplicadas, desconsideram os hábitos alimentares, a frequência de exercícios e as condições de saúde dos indivíduos, além de não se basearem no cálculo da taxa metabólica basal individual.

O aspecto empírico desse fenômeno no Brasil foi abordado por Esteves, Veras e Santos (2022) em um levantamento com 88 mulheres que seguem perfis de fitness: 36,8% mencionaram ter adotado a dieta low carb, 14,9% a dieta do ovo, 11,5% a cetogênica e 7,8% o jejum intermitente, sem supervisão profissional, sendo também relatados sentimentos de culpa ao alimentar-se e de inferioridade na comparação corporal com influenciadores. As autoras também perceberam uma ampla disseminação de recomendações sem base científica: 69% já haviam visto a sugestão de consumir água com limão em jejum para emagrecer, 51,7% acreditavam que era suficiente parar de comer para emagrecer e 39,1% foram aconselhadas a eliminar o glúten, com uma parte significativa aplicando essas orientações.

As repercussões dessa adesão estão documentadas nos âmbitos clínico e metabólico. Entre os pacientes que tentaram dietas populares, foram relatados sintomas como fraqueza, irritabilidade, tontura e dores de cabeça, atribuídos à ingestão inadequada de

nutrientes; enquanto que uma pequena proporção dos participantes de outro estudo conseguiu manter o peso perdido por mais de um ano (Betoni; Zanardo, 2010; Nogueira *et al.*, 2016). Além disso, a flutuação de peso, conhecida como efeito sanfona, está relacionada ao aumento de comorbidades, sendo observado um gasto energético basal 14% menor em indivíduos com maior variação de peso (Steen; Oppliger; Brownell, 1988). Portanto, entende-se que o conteúdo que promete emagrecimento rápido pode não produzir resultados sustentáveis e, em determinados contextos, pode estar associado a consequências adversas.

A intensidade que esses conteúdos podem atingir foi investigada por Lietz, Dapprich e Fischer (2026), que examinaram 1.169 postagens de 19 criadores que promovem a dieta carnívora no Instagram ao longo de um mês. A categoria de alimentos correspondeu a 45,7% das postagens, sendo predominantemente carne vermelha (33,2%), ovos (13,5%) e produtos lácteos (11,1%), enquanto 49,1% das postagens na categoria de política e sociedade apresentavam alertas contra certos alimentos, especialmente ultraprocessados (26,8%), carboidratos (14,8%) e alimentos de origem vegetal (11,0%). Todas as alegações de saúde relataram benefícios, ligando o padrão alimentar à perda de peso, à melhoria de doenças autoimunes e ao controle do diabetes, sem destacar eventuais riscos. Os autores enfatizam que se trata de uma dieta sem definição clara, com recomendações variadas e contraditórias entre os próprios influenciadores, sendo que a literatura aponta para o risco de deficiência de tiamina, magnésio, cálcio, vitamina C, ferro, folato, iodo e fibras. Por se tratar de uma análise de conteúdo direcionada às recomendações relacionadas à dieta carnívora, o estudo não permite avaliar de forma abrangente possíveis efeitos positivos ou

negativos das mídias sociais sobre a educação nutricional dos usuários.

Nas plataformas digitais, esse tipo de conteúdo frequentemente se apresenta como uma prática saudável. Martins (2025) menciona três maneiras de comportamento alimentar que podem ser prejudiciais: a limitação em quantidade, que implica uma diminuição significativa na ingestão de alimentos; a limitação em qualidade, que envolve a eliminação de alimentos considerados proibidos, gerando sentimentos de culpa e ansiedade; e a limitação disfarçada, onde ações extremas são apresentadas como opções saudáveis. Esta última categoria é a mais comum nas plataformas digitais e reflete de maneira mais precisa as descobertas de Lietz, Dapprich e Fischer (2026), tornando mais difícil a detecção precoce de comportamentos de risco.

3.4. Autoprescrição de Suplementos Alimentares Mediada por Conteúdos Digitais

Simultaneamente às dietas restritivas, observa-se um aumento no uso de suplementos alimentares impulsionado pelas mídias. Faria, Almeida e Ramos (2021) alinhados aos estudos selecionados notaram que a facilidade de acesso a esses produtos pode favorecer sua utilização sem orientação profissional, possibilitando que qualquer tipo de consumidor os adquira, frequentemente recorrendo à autoindicação ou sugerindo o uso baseado em recomendações de amigos. A investigação dos protocolos amplamente divulgados revela um afastamento das diretrizes científicas. No que diz respeito à creatina, evidências indicam que a fase de saturação, que envolve a ingestão de 20 a 25 gramas diárias durante cinco a sete dias, não é indispensável, uma vez que doses

entre 3 a 5 gramas diárias são suficientes para aumentar os níveis intramusculares (Mills *et al.*, 2020). Em relação aos aminoácidos de cadeia ramificada, as evidências mostram que não têm um impacto significativo na síntese de proteínas nem na recuperação pós-exercício, mesmo sendo comercializados a preços altos e já estando seus componentes incluídos em suplementos mais abrangentes (Faria; Almeida; Ramos, 2021).

A pesquisa realizada por Lietz, Dapprich e Fischer (2026) demonstra a contradição desses discursos: apesar de 25% das afirmações sobre suplementação afirmarem que ela seria desnecessária na alimentação padrão recomendada, os mesmos grupos sugerem o uso de eletrólitos (16,7%), magnésio (12,5%) e proteína em pó (8,3%). Além disso, 25,1% de todas as publicações analisadas tinham um caráter promocional, incluindo suplementos entre os itens publicamente anunciados. Conclui-se que a desinformação acerca da suplementação não resulta apenas da falta de dados, mas também da disseminação de informações erradas que têm uma aparência técnica e, em algumas situações, são motivadas comercialmente, o que ressalta a necessidade de que nutricionistas assumam esse papel de traduzir evidências científicas em uma linguagem mais clara e acessível.

3.5. Comparação Social, Imagem Corporal e Comportamento Alimentar de Risco

Para auxiliar na interpretação dos achados, recorre-se à Teoria da Comparação Social, de Festinger (1954), e à Teoria Social Cognitiva, de Bandura (2001). Esses referenciais contribuem para a compreensão dos processos psicológicos envolvidos na relação entre conteúdos digitais, percepção corporal e comportamento

alimentar. A teoria da comparação social afirma que as pessoas fazem avaliações de si mesmas ao se compararem com os outros e que, nas plataformas sociais, prevalece a comparação ascendente. Nesse caso, o indivíduo se percebe em desvantagem em relação ao modelo observado, um fenômeno ligado à sensação de inadequação, baixa autoestima e insatisfação com o corpo. Complementarmente, a modelagem vicária explica como se adquirem novos modos de pensar e agir ao observar modelos vistos como bem-sucedidos, o que coloca os influenciadores em uma posição privilegiada quando se trata de moldar hábitos alimentares.

Nunes *et al.* (2022) argumentam que a obsessão pelo corpo ideal promovida nas redes sociais se desdobrou em duas consequências principais: insatisfação corporal e restrição alimentar, ambas reconhecidas como fatores de risco para transtornos alimentares. As autoras notam que os conteúdos destinados ao público feminino frequentemente disseminam maneiras de se conformar a certos padrões corporais, criando um ciclo onde a insatisfação impulsiona o consumo de novos conteúdos, que, por sua vez, a reforçam. Além disso, observam que uma parte significativa do material sobre dietas e emagrecimento é criada por usuários sem qualificação na área, o que favorece a disseminação de modismos alimentares e uma autoimagem que se baseia na crença de que o corpo precisa ser ajustado para ser aceito socialmente.

Os dados de Esteves, Veras e Santos (2022) ajudam a caracterizar essa associação entre mulheres brasileiras: 74% das entrevistadas disseram se sentir com um corpo inferior ao dos influenciadores que seguem, 69% acreditaram que as redes sociais podem causar impactos na sua saúde mental e 44,2% sentiram culpa ao se alimentar, acreditando que isso as faz engordar. Notavelmente,

39,5% indicaram que se sentiam bem por não serem influenciadas pelo chamado terrorismo nutricional, sugerindo que há a presença de fatores individuais de proteção mesmo dentro de um grupo exposto.

A pesquisa realizada por Altan *et al.* (2026), envolvendo 4.692 mulheres com idades entre 18 e 34 anos, traz uma perspectiva importante para essas descobertas. Os pesquisadores observaram que uma maior duração diária de exposição se correlacionou com níveis mais altos de sintomas de depressão, medidos através do Inventário de Depressão de Beck, com os índices mais elevados sendo encontrados nas participantes que faziam apenas uma refeição por dia e relataram uma percepção negativa da própria saúde mental. No entanto, as relações entre o uso de plataformas específicas e os possíveis impactos das redes sociais na alimentação não foram nem lineares nem inteiramente negativas. Os autores ressaltam que o estudo transversal não permite determinar a direção dessas associações, pois os sintomas de depressão podem tanto afetar quanto serem afetados pelos hábitos de uso. De forma similar, Martins (2025) observa que algumas mulheres apresentam maior capacidade de resistência às exigências estéticas. Portanto, entende-se que a interação entre o conteúdo online e os hábitos alimentares é influenciada por fatores individuais, familiares e socioculturais, o que desaconselha interpretações deterministas sobre o fenômeno.

3.6. Desinformação Nutricional e o Papel do Nutricionista no Ambiente Digital

Uma descoberta comum entre os estudos examinados diz respeito à transferência de poder sobre a alimentação. Alguns criadores de

conteúdo sem formação específica na área de Nutrição motivam seus seguidores a adotarem hábitos alimentares e regimes de exercícios baseados unicamente em vivências pessoais, ignorando os perigos envolvidos nestas práticas (Matos *et al.*, 2023). A influência desses indivíduos não vem de um conhecimento formal, mas sim da habilidade de criar narrativas visuais e emocionais que se conectam com as inseguranças do público, o que diminui a relevância dos profissionais capacitados.

Em resposta a esse fenômeno, o Código de Ética e Conduta do Nutricionista determina no artigo 52 a obrigação de ajustar comportamentos e práticas às demandas dos indivíduos e das comunidades, evitando sucumbir a tendências passageiras, pressões do mercado, influências da mídia ou interesses financeiros (Conselho Federal de Nutrição, 2026). Além disso, o art. 69, § 2º, do mesmo Código, veda a promoção de imagens corporais, sejam elas de membros da equipe ou de terceiros, que atribuam resultados a produtos, métodos ou protocolos, visto que esses podem não gerar os mesmos efeitos para todas as pessoas e podem representar riscos à saúde.

Essa diretriz é sustentada por novas evidências. Lietz, Dapprich e Fischer (2026) afirmam que a perspectiva unidimensional promovida por criadores de conteúdo, aliada a informações de caráter político e ideológico, deve ser analisada com cautela. Por isso, os profissionais de nutrição precisam acompanhar criticamente os conteúdos relacionados à alimentação e nutrição disseminados nas plataformas digitais. No contexto nacional, Nunes *et al.* (2022) sustentam que o nutricionista deve atuar como educador nas plataformas digitais, propagando informações verídicas, ressaltando a importância do equilíbrio alimentar e da individualidade

nutricional, além de contribuir para a desconstrução dos padrões de beleza atuais. Por sua vez, Esteves, Veras e Santos (2022) enfatizam a importância de um atendimento personalizado que respeite as preferências, intolerâncias e condições de saúde de cada indivíduo.

Dessa forma, o enfrentamento da desinformação nutricional demanda a participação ativa e cientificamente fundamentada do nutricionista nos ambientes digitais.

3.7. Educação Alimentar, Nutricional e Midiática Como Estratégia de Proteção

As abordagens de enfrentamento observadas convergem para incentivar uma análise crítica do consumo de conteúdos digitais. Segundo Martins (2025), a visualização de publicações que promovem a diversidade corporal parece favorecer impactos benéficos na percepção da própria imagem, enquanto métodos como a rotulagem de imagens manipuladas se mostraram ineficazes (Vandenbosch; Fardouly; Tiggemann, 2022). Ele também aponta que entender o funcionamento dos algoritmos pode levar a uma postura mais crítica em relação à mídia.

No domínio da nutrição, essas abordagens estão alinhadas com os fundamentos da educação alimentar e nutricional, além do Guia Alimentar para a População Brasileira, que define uma alimentação adequada e saudável como um direito que envolve variedade, equilíbrio, moderação, prazer e respeito às tradições alimentares (BRASIL, 2014). Assim, argumenta-se que a educação midiática deve ser parte da prática dos nutricionistas, ajudando os pacientes a não apenas escolher o que comer, mas também a analisar criticamente as informações às quais são regularmente expostos, combatendo a

desinformação e favorecendo o desenvolvimento da capacidade crítica para interpretação das informações nutricionais e contribuindo para maior autonomia nas escolhas alimentares.

Por último, considerando que a influência dos conteúdos digitais é contínua, ao passo que a interação com os profissionais acontece de forma pontual, esse cenário reforça a importância de ações contínuas e articuladas entre profissionais de saúde, instituições educacionais e plataformas digitais.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os estudos analisados indicam associações entre a exposição a conteúdos digitais sobre nutrição e diferentes aspectos das práticas alimentares de jovens e adultos, incluindo escolhas alimentares, percepção da imagem corporal e concepção sobre alimentação saudável. Esse padrão já existia antes das redes sociais, mas foi amplificado por elas devido à sua interatividade, mobilidade e à forma como funcionam os algoritmos.

As dietas populares, a limitação alimentar disfarçada como hábito saudável e a autoprescrição de suplementos são as condutas mais frequentemente ligadas ao consumo desse tipo de conteúdo, estando associadas, nos estudos analisados e na literatura complementar, a possíveis repercussões físicas, metabólicas e psicológicas. Entre os mecanismos propostos pelo estudo para compreender essas associações estão a comparação social ascendente e a modelagem por meio de terceiros, sendo as mulheres jovens o grupo mais frequentemente investigado nos estudos incluídos, ainda que essa associação não ocorra de maneira linear ou uniforme entre diferentes plataformas e formas de uso.

A propagação de informações nutricionais equivocadas resulta mais da difusão de dados imprecisos que parecem técnicos do que da falta de informações. Muitas vezes, esses dados estão ligados a interesses comerciais, o que torna necessário que os nutricionistas ocupem os espaços digitais de forma qualificada. A educação em alimentação, nutrição e mídia deve ser uma estratégia de proteção, sincronizada com ações intersetoriais que envolvam serviços de saúde, instituições educacionais e plataformas digitais.

Os objetivos estabelecidos na introdução foram alcançados, respondendo à questão central. Entre as principais limitações desta revisão destacam-se o pequeno número de estudos incluídos ($n = 6$), a heterogeneidade metodológica e a predominância de participantes do sexo feminino. Além disso, a inclusão de estudos secundários, as diferenças entre as faixas etárias investigadas e as características das estratégias de busca limitam a generalização dos achados. A predominância de delineamentos observacionais também impede o estabelecimento de relações causais.

Portanto, é aconselhável realizar estudos primários e longitudinais com a população jovem e adulta brasileira que explorem os efeitos a longo prazo da exposição a conteúdos digitais e os fatores relacionados à vulnerabilidade individual.

Essa diversidade metodológica enriquece a análise do fenômeno, mas exige cautela na comparação dos achados, já que os delineamentos incluídos diferem quanto a objetivos, procedimentos e limitações (Quadro 4).

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALTAN, M.; YILMAZ KOCAMAN, Ş. G.; ÜLGER, T. G.; ÖNAL, S.; YILDIRIM, H. Exploring the relationship between social media use, eating behaviors, and depression in young women: a machine learning-based cross-sectional study. **BMC Public Health**, v. 26, n. 1, p. 2247, 2026.

BANDURA, A. Social cognitive theory of mass communication. *Media Psychology*, v. 3, n. 3, p. 265-299, 2001.

BETONI, F.; ZANARDO, V. P. S. Avaliação de utilização de dietas da moda por pacientes de um ambulatório de especialidades em nutrição e suas implicações no metabolismo. **ConScientiae Saúde**, v. 9, n. 3, p. 430-440, 2010.

BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria de Atenção à Saúde. Departamento de Atenção Básica. Guia alimentar para a população brasileira. 2. ed. Brasília: Ministério da Saúde, 2014.

CONSELHO FEDERAL DE NUTRIÇÃO. **Resolução CFN nº 856, de 25 de abril de 2026**. Aprova o Código de Ética e de Conduta da(o) Nutricionista e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 28 de abr. 2026. Disponível em: <https://sisnormas.cfn.org.br/viewPage.html?id=856>. Acesso em: 10 set. 2026.

ESTEVES, N. O.; VERAS, R. de S.; SANTOS, A. C. de C. P. Redes sociais: o impacto de influenciadores brasileiros no comportamento alimentar de mulheres. **Research, Society and Development**, v. 11, n. 8, 2022.

FARIA, A. L.; ALMEIDA, S. G. de; RAMOS, T. M. Impactos e consequências das dietas da moda e da suplementação no

comportamento alimentar. **Research, Society and Development**, v. 10, n. 10, 2021.

FESTINGER, L. A theory of social comparison processes. **Human Relations**, v. 7, n. 2, p. 117-140, 1954.

FRAGA, N. de A.; BORGES, T. Uso de estratégias de comunicação e informação por nutricionistas no Instagram: uma análise sob a interpretação do Código de Ética e de Conduta do Nutricionista. 2020. 48 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Nutrição) – Pontifícia Universidade Católica de Goiás, Goiânia, 2020.

LIETZ, A.; DAPPRICH, J.; FISCHER, T. Preferences and recommendations from content creators on carnivore diets: a social media analysis. **Journal of Health, Population and Nutrition**, v. 45, n. 137, 2026.

LIMA, A. V. da S.; FERNANDES, C. D. M. F. F.; SALES, B. R. O.; LIMA, M. E. R. Teor calórico e de macronutrientes de dietas veiculadas em revistas femininas não científicas impressas. **Revista Interdisciplinar**, v. 8, n. 4, p. 136-143, 2015.

MARTINS, S. F. A influência das mídias sociais nos hábitos alimentares de mulheres e repercussões psicológicas: uma revisão bibliográfica. 2025. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Psicologia) – Pontifícia Universidade Católica de Goiás, Goiânia, 2025.

MATOS, M. G.; BALBI, M. E.; ANJOS, M. C. R. dos; CHIAPETTI, N. Ortorexia nervosa: revisão integrativa de instrumentos de avaliação. **Boletim da Academia Paulista de Psicologia**, v. 43, n. 104, p. 113-128, 2023.

MENDES, K. D. S.; SILVEIRA, R. C. de C. P.; GALVÃO, C. M. Revisão integrativa: método de pesquisa para a incorporação de evidências na saúde e na enfermagem. **Texto & Contexto – Enfermagem**, v. 17, n. 4, p. 758-764, out./dez. 2008.

MILLS, S.; CANDOW, D. G.; FORBES, S. C.; NEARY, J. P.; ORMSBEE, M. J.; ANTONIO, J. Effects of creatine Supplementation during Resistance Training Sessions in Physically Active Young Adults. **Nutrients**, v. 12, n. 6, p. 1880, jun. 2020.

NESI, J.; PRINSTEIN, M. J. Using social media for social comparison and feedback seeking: gender and popularity moderate associations with depressive symptoms. **Journal of Abnormal Child Psychology**, v. 43, n. 8, p. 1427-1438, 2015.

NOGUEIRA, L. R.; MELLO, A. V.; SPINELLI, M. G. N.; MORIMOTO, J. M. Dietas da moda consumidas por desportistas de um clube e academias em São Paulo. **Revista Brasileira de Nutrição Esportiva**, v. 10, n. 59, p. 554-561, 2016.

NUNES, L. B.; MASCARENHAS, E. L.; SOUZA, P. J. R. de; SANTOS, A. C. de C. P. Impacto das redes sociais no comportamento alimentar de mulheres adultas: revisão de literatura. **Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação**, v. 8, n. 5, p. 2552-2562, maio 2022.

PASSOS, J. A.; VASCONCELLOS-SILVA, P. B.; SANTOS, L. A. S. Ciclos de atenção a dietas da moda e tendências de busca na internet pelo Google trends.

Ciência e saúde coletiva, v. 25, n. 7, p. 2615-2631, 2020.

SANTOS, N. C. dos; COUTINHO, J. G.; CONSTANTY, R. S.; COSTA, T. H. M. da. Análise da publicidade televisiva de alimentos no contexto das recomendações do Guia Alimentar para a População Brasileira. **Cadernos de Saúde Pública**, v. 33, n. 4, 2017.

SOUZA, M. T. de; SILVA, M. D. da; CARVALHO, R. de. Revisão integrativa: o que é e como fazer. **Einstein**, v. 8, n. 1, p. 102-106, 2010.

STEEN, S. N.; OPPLIGER, R.A.; BROWNELL, K. D. Metabolic Effects of Repeated Weight Loss and Regain in Adolescent Wrestlers. **JAMA**, v. 260, n. 1, p. 47-50, 1988.

TIGGEMANN, M.; SLATER, A. Facebook and body image concern in adolescent girls: a prospective study. **International Journal of Eating Disorders**, v. 50, n. 1, p. 80-83, 2017.

VANDENBOSCH, L.; FARDOULY, J.; TIGGEMANN, M. Social media and body image: Recent trends and future directions. **Current Opinion in Psychology**, v. 45, p. 101289, 2022.

¹ Acadêmico de Nutrição. Universidade Nilton Lins. E-mail: [acesse o artigo original para visualizar o e-mail](#)

² Acadêmico de Nutrição. Universidade Nilton Lins. E-mail: [acesse o artigo original para visualizar o e-mail](#)

³ Acadêmico de Nutrição. Universidade Nilton Lins. E-mail: [acesse o artigo original para visualizar o e-mail](#)

⁴ Orientadora do curso de Nutrição. Manaus, Amazonas, Brasil. E-mail: [acesse o artigo original para visualizar o e-mail](#)

⁵ Docente do curso de Nutrição. Manaus, Amazonas, Brasil.