



AS INFLUÊNCIAS DO INSTAGRAM NA NUTRIÇÃO E ALIMENTAÇÃO DE SEUS USUÁRIOS

Dayane Cristina Santana¹; Paulo L. M. Siciliano²; Amanda Conteçotto³; Stephane Raquel Velande Da Fonseca⁴; Luciana Alves⁵

¹Acadêmica do Curso Nutrição, Campus Maringá-PR, Centro Universitário Cidade Verde - UNICV. dayanesantana018@gmail.com

²Orientador, Mestre, Campus Maringá-PR, Centro Universitário Cidade Verde - UNICV. prof_paulosiciliano@unicv.edu.br

³Docente, Doutora, Campus Maringá-PR, Centro Universitário Cidade Verde - UNICV. prof_amandasilva@unicv.edu.br

⁴Docente, Doutora, Campus Maringá-PR, Centro Universitário Cidade Verde - UNICV. prof_stephane@unicv.edu.br

⁵Docente, Doutora, Campus Maringá-PR, Centro Universitário Cidade Verde - UNICV. prof_lucianasilva@unicv.edu.br

RESUMO

O presente estudo teve como objetivo analisar os impactos negativos à saúde decorrentes da adesão a dietas da moda e da exclusão indiscriminada de alimentos, incentivadas por informações falsas amplamente disseminadas no Instagram. Trata-se de uma revisão narrativa da literatura, com abordagem qualitativa e caráter exploratório, realizada a partir de artigos publicados entre 2016 e 2024, obtidos em bases científicas como PubMed, Scielo, LILACS, MEDLINE e Index Base. A análise revelou que influenciadores digitais, especialmente do nicho fitness, promovem práticas alimentares e padrões corporais idealizados sem respaldo científico, com forte apelo estético. As dietas mais propagadas incluem jejum intermitente, dietas *low carb* e restrições severas de calorias e carboidratos. Tais práticas estão associadas a sintomas adversos como tontura, fraqueza, irritação, além do risco de desenvolvimento de transtornos alimentares como anorexia, bulimia e ortorexia. Também se observou que informações de baixa qualidade são as mais populares e engajadas, enquanto conteúdo baseado em evidências científicas, geralmente divulgados por nutricionistas, têm menor visibilidade. Apesar disso, o Instagram pode ser uma ferramenta positiva para a promoção da saúde, desde que utilizada por profissionais qualificados. Conclui-se que há necessidade de ampliar a atuação dos nutricionistas nas redes sociais e fortalecer estratégias de educação alimentar digital, combatendo a desinformação e promovendo escolhas conscientes e saudáveis.

PALAVRAS-CHAVE: Dietas da moda; Instagram; Influenciadores digitais; Nutrição; Transtornos alimentares.

1 INTRODUÇÃO

O *Instagram* atualmente é uma das principais redes sociais utilizada pelos brasileiros. Segundo números publicados nas ferramentas de publicidade da Meta indicam que o Instagram tinha 134,6 milhões de usuários no Brasil no início de 2024 (Kemp, 2024). Segundo a Pesquisa Brasileira de Mídia 2016 atualmente, 49% dos brasileiros utilizam a Internet como primeira ou segunda fonte de informação e o tempo dedicado à Internet é maior que às mídias tradicionais. Ainda segundo como consta nessa pesquisa, as mídias sociais mais utilizadas no Brasil em ordem decrescente são YouTube, Facebook, WhatsApp, Messenger, Instagram, Google+ e Twitter (Brasil, 2017).

Dentro da rede temos um crescente número de influenciadores digitais, pessoas que trabalham com o intuito de gerar influência e captar público para um produto, conteúdo dos mais diversos segmentos, inclusive no ramo da saúde, o que inclui a nutrição. A problemática da situação é que muitas das informações divulgadas não tem embasamento científico ou estudos que comprovem tais informações (Marcolo et al., 2021).

O estilo de vida é um nicho popular e diversificado que abrange roupas, acessórios, atividades corporais, esportes e dietas saudáveis. Isso estimula os usuários das redes sociais a imitarem outros. O conteúdo voltado para físico e alimentação é um estilo de vida que atrai muitas pessoas. Brachtvogel (2016) afirma que o termo “fitness” refere-se a uma combinação de equilíbrio, forma física, competência e superação, com o corpo como o elemento mais importante. Os indivíduos que dedicam seu tempo a postar fotos e vídeos



de seus corpos definidos fazem recomendações estéticas e de saúde, modificando essa atividade em uma profissão (Jacob, 2014).

Em artigo publicado com foco na questão do marketing, aponta que 64% das pessoas da amostra consideram que as publicações sobre alimentação influenciam suas escolhas alimentares (Silva, 2021). Silva e Nascimento (2020) em análise aos perfis dos influencers do mundo *fitness* divulgam que as publicações fixadas nos perfis são dos próprios influencers se apresentando com o termo “corpo perfeito” com a intenção de mostrar sucesso que conforme o artigo estão geralmente associados a alguma suplementação ou dieta que eles querem de certa forma vender.

No que se refere aos aspectos alimentares do estilo de vida *fitness*, estes podem se caracterizar como práticas restritivas associadas a dietas sem lipídios, carboidratos, glúten e lactose. De forma semelhante, esses influencers incentivam o uso de suplementos alimentares, subestimando os benefícios biológicos dos alimentos em comparação com os benefícios psicossociais das pessoas e ignorando o prazer da alimentação. Eles também usam os alimentos para construir o corpo ideal. Além disso, é importante destacar que, entre as postagens, há algumas que são patrocinadas pelas empresas da indústria de alimentos, suplementos e/ou cosméticos, muitas vezes escondidas nas mensagens postadas e incitam o consumo (Jacob, 2015).

A exposição frequente de imagens de corpos magros induz a pensar que a magreza é sinônimo de saúde, beleza e sucesso, e pode influenciar na insatisfação sobre a imagem corporal. Da mesma forma, a exposição a imagens, práticas e orientações sobre alimentação também podem contribuir para a adoção e fortalecimento de relações disfuncionais com a comida, associada, em geral, a práticas restritivas de alimentação (Corrêa 2013; Lira, et al., 2017)

Nesse contexto, encontramos na Internet diversas orientações sobre dietas, demonstrando como fazê-las. Considerando o papel do nutricionista como o profissional apto a prescrever o planejamento dietético, tal abordagem nas redes sociais se torna preocupante, em especial quando é realizada por profissionais que validam seu discurso pela sua própria formação, ou em muitos casos, influencers que não apresentam formação na área (Deram, 2014).

Internet se transformou em um repositório de informações sobre alimentos e receitas no contexto de dieta, e que estas determinam quais alimentos são benéficos ou não para a saúde. Essas práticas alimentares feitas por influenciadoras podem não levar em consideração a individualidade de cada ser humano. Portanto, é necessária a orientação feita por um profissional capacitado e habilitado (Lesnovski e Costa, 2016).

Diante do exposto, este estudo pretende buscar na literatura quais os possíveis prejuízos a saúde que seguir conselhos sobre alimentação e dietas sem embasamento científico que são amplamente difundidas no *Instagram* pelos *digitais influencers* do universo *fitness*.

2 MATERIAIS E MÉTODOS

Realizou-se uma revisão de literatura de artigos publicados entre 2016 a 2024 em inglês e português, utilizando como descritores: *nutrição, dietas, Instagram, alimentação, influenciadores digitais e cultura fitness*. De abordagem qualitativa, com a coleta de dados secundário utilizando dados bibliográficos obtidos nas bases de periódico: US National Library of Medicine (PubMed), Brasil Scientific Electronic Library Online (SciELO), Literatura Latino-Americana e do Caribe em Ciências da Saúde (LILACS), Acervo+ Index Base, National Library of Medicine (MEDLINE) e livros relacionados a área a fim de selecionar trabalhos que apresentaram a relação entre o uso do Instagram.



Com base nas pesquisas foram selecionados artigos para o embasamento e produção do trabalho aqueles que apresentam publicações com a temática relacionada à questão norteadora, tendo em comum o tema descrito no título, resumo ou palavras-chave e com restrição de ano de publicação. Os artigos foram selecionados e analisados seguindo a análise e interpretação de seus dados. Em termos de averiguação empírica, o trabalho compreende um estudo de caráter qualitativo, e em relação aos objetivos pretendidos, a pesquisa é de cunho exploratório.

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

3.1 VISÃO GERAL SOBRE OS PRINCIPAIS RESULTADOS

Tabela 1. Caracterização dos trabalhos incluídos

Título do Artigo	Autores / Ano	Tipo de Estudo	Objetivo / Foco	Principais Resultados	Observações / Relevância para o Tema
A influência da mídia no comportamento alimentar de mulheres adultas	Silva, S., & Pires, P. (2019)	Revisão de literatura	Refletir sobre a influência das mídias sociais na promoção de dietas não embasadas cientificamente	Mídias fitness propagam dietas "milagrosas". Influenciadores ignoram princípios bioéticos. A estética prevalece sobre a saúde.	Mostra o papel das redes sociais na disseminação de práticas alimentares arriscadas
Dietas da Moda e Transtornos Alimentares: A busca pelo "corpo perfeito"	Watanabe, K.; Wichoski, C. (2022)	Pesquisa transversal, quantitativa, descritiva e observacional	Investigar a relação entre dietas da moda e transtornos alimentares	Participantes adotam dietas por meios digitais (low carb, jejum intermitente). Relatam efeitos colaterais físicos e psicológicos. Alta prevalência de transtornos alimentares.	Evidencia os riscos das dietas sem orientação e sua ligação com transtornos alimentares
A influência da mídia sobre o comportamento alimentar: refletindo a adoção de dietas restritivas	Silva, B. et al. (2020)	Revisão narrativa	Analisar o valor nutricional e os riscos das dietas restritivas divulgadas na mídia	14 de 30 dietas avaliadas tinham < 1200 kcal/dia. Nutrientes insuficientes. Dietas de curto prazo causam riscos nutricionais.	Alerta para o déficit nutricional em dietas populares e o risco à saúde



<p>A Influência de uma Rede Social nos Padrões de Alimentação de Usuários e Profissionais de Saúde Seguidores de Perfis Fitness</p>	<p>Almeida, S.G. et al. (2018)</p>	<p>Pesquisa de campo, quantitativa e descritiva</p>	<p>Avaliar a influência de perfis fitness do Instagram sobre usuários e nutricionistas</p>	<p>a 81,1% dos nutricionistas acreditam que postagens influenciam TAs. "Antes e depois" são os conteúdos com maior engajamento. Nutricionistas não têm o mesmo apelo dos influenciadores</p>	<p>Mostra o descompasso entre profissionais da saúde e influenciadores digitais</p>
<p>Qualidade da informação sobre alimentação e nutrição disponível no Instagram</p>	<p>Nogueira L.C. et al. (2024)</p>	<p>Estudo descritivo, transversal e quantitativo</p>	<p>Avaliar a qualidade da informação nutricional divulgada no Instagram</p>	<p>Postagens de baixa qualidade são as mais populares. Nutricionistas e jornalistas divulgam melhor conteúdo, mas com menor alcance. Estética corporal e produtos são supervalorizados.</p>	<p>Aponta a contradição entre qualidade da informação e alcance nas redes sociais</p>

Fonte: O autor (2025)

Segundo Abreu et al. (2022) em seu estudo existe uma relação direta entre a disseminação de "dietas da moda" e o desenvolvimento de transtornos alimentares. As dietas investigadas em seu trabalho apresentaram ingestão energética insuficiente, principalmente para o público feminino, e prevalência de motivação para maior consumo de proteínas em relação aos carboidratos, o que poderia gerar aversão ao consumo deste macronutriente essencial. Além disso, o alto consumo de proteína acima da dieta recomendada pode levar a problemas de saúde, como hiperinsulinemia, hiperamonemia e outros distúrbios metabólicos. Esses efeitos adversos podem contribuir para a aversão ao consumo de altos níveis de proteína (Gautam et al., 2014).

Ao que se refere ao teor dessas dietas da moda, os autores Lagunaz, L., & Nicoletto, B. B. (2022) avaliaram a composição de dietas que alegam ser desintoxicantes. A análise demonstrou uma média de refeições com baixo valor energético diário. A maioria das dietas está adequada às recomendações de proteínas e magnésio, porém algumas parecem estar deficientes em carboidratos, lipídios, fibras e demais micronutrientes. Grande parte das dietas de termo detox analisadas trabalham através de restrição calórica, sendo o valor de ingesta analisado menor que o recomendado pela OMS.

Por outro lado, alguns argumentam que a Internet também pode servir como um espaço para positividade corporal e diversas representações de beleza, desafiando os ideais tradicionais e promovendo a aceitação de vários tipos de corpo. Essa perspectiva



destaca a natureza dual da Internet como contribuidora e potencial mitigadora dos problemas de imagem corporal.

É necessário destacar que as redes sociais tem diversos benefícios para os profissionais da saúde, a mesma serve como forma de levar uma informação de melhor qualidade para a população e como forma de divulgar seus serviços. A exemplo do nutricionista que deve utilizar as redes sociais visando contribuir para a compreensão da educação nutricional, desmistificando informações sem embasamento e propagadas por indivíduos não capacitados (Carvalho et al., 2024).

4 CONCLUSÃO

A presente pesquisa demonstrou que o Instagram, como uma das principais redes sociais em uso no Brasil, exerce significativa influência sobre os comportamentos alimentares de seus usuários, especialmente no contexto da busca pelo corpo ideal.

A disseminação de desinformação sobre saúde e nutrição nas mídias sociais é uma ameaça real à saúde pública. A falta de qualificação de muitos influenciadores e a concorrência desleal com profissionais capacitados agravam essa questão. Medidas institucionais e mais pesquisas são necessárias para mitigar os riscos e entender melhor o impacto desse fenômeno a longo prazo.

Os resultados indicam que as dietas divulgadas por influenciadores do nicho fitness muitas vezes carecem de respaldo científico, promovendo práticas alimentares restritivas e desequilibradas que podem comprometer a saúde física e mental dos indivíduos, sobretudo de jovens e mulheres.

A revisão da literatura revelou uma alta prevalência de transtornos alimentares entre pessoas que seguem tais dietas. Também se identificou uma perigosa valorização da estética em detrimento da saúde, além da ampla divulgação de suplementos e produtos alimentícios sem orientação adequada, frequentemente camuflada por marketing digital.

Por outro lado, o estudo também evidenciou que, embora o conteúdo confiável (produzido por nutricionistas) exista na plataforma, ele tende a ter menor alcance e engajamento. Reforça-se, portanto, a necessidade de ampliar a presença qualificada de profissionais da saúde nas redes sociais, com o objetivo de combater a desinformação, promover a educação nutricional baseada em evidências e contribuir para escolhas alimentares mais conscientes e saudáveis.

Embora a necessidade de ações seja reconhecida, ainda não há medidas suficientes para combater essa questão. Alimentação e nutrição são elementos que fazem parte da saúde e bem-estar humano, e é necessário que haja o mínimo controle de que as informações repassadas em redes sociais sejam de fontes profissionais e com embasamento científico. Nutrição não é moda, não é estética, é saúde.

REFERÊNCIAS

ABREU, João Pedro Medeiros de; MARIANO, Ana Claudia Alves Marques. Dietas da moda: impacto no desenvolvimento de transtornos alimentares: revisão bibliográfica. **Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento**, ano 7, ed. 2, v. 4, p. 99–116, fev. 2022. ISSN: 2448-0959. Disponível em: <https://www.nucleodoconhecimento.com.br/nutricao/transtornos-alimentares>. Acesso em: 20 abr. 2025.



ALMEIDA, Simone Gonçalves de et al. A influência de uma rede social nos padrões de alimentação de usuários e profissionais de saúde seguidores de perfis fitness. **Ensaio e Ciência: Ciências Biológicas, Agrárias e da Saúde**, v. 3, p. 194–200, 2018. DOI: 10.17921/1415-6938.2018v22n3p194-200. Disponível em:

<https://ensaioeciencia.pgsscogna.com.br/ensaioeciencia/article/view/4396>. Acesso em: 10 jun. 2025.

BRACHTVOGEL, C. M. **Anais do 21º Jornada de Pesquisa**. Ijuí, Rio Grande do Sul, 2016. 5 p.

BRASIL. **Secretaria Especial de Comunicação Social**. *Pesquisa brasileira de mídia 2016: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira*. Brasília: Secom, 2016.

CONSELHO FEDERAL DE NUTRICIONISTAS (CFN). **Resolução CFN nº 599/2018**. [S. l.], 2018. Disponível em: <http://www.cfn.org.br>. Acesso em: 22 jun. 2024.

CORREIA, D. J. **O fenômeno Instagram na Nutrição**. 2013. Monografia (Graduação em Nutrição) — Centro Universitário de Brasília.

DERAM, Sophie. *O peso das dietas*. 1. ed. São Paulo: Sensus, 2014. 315 p.

DITTMAR, H. How do “Body Perfect” Ideals In tHe Media Have a negative IMPact on Body IMage and BeHavlors? factors and Processes related to self and Identlty. **Journal of Social and Clinical Psychology**, v. 28, n. 1, p. 1–8, 2009. Guilford Press. Disponível em: <<http://sro.sussex.ac.uk/id/eprint/14730/>>.

GAUTAM, B. P. S.; GONDWAL, M.; KISHORE, N. Adverse Effect in Human Beings Associated with Excess Dietary Protein Intake. . p.115–128, 2015. **Springer**, New Delhi. Disponível em: <https://link.springer.com/chapter/10.1007%2F978-81-322-2491-4_9>.

JACOB, H. **Fitness e gastronomia: a comida como mídia e o biopoder em dois ambientes comunicacionais aparentemente distintos**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 38., 2015, Rio de Janeiro. Anais [...]. São Paulo: Intercom, 2015. p. 1–13.

JACOB, H. Redes sociais, mulheres e corpo: um estudo da linguagem fitness na rede social Instagram. **Revista Comunicare**, 2014. p. 89–105.

KEMP, Simon. **Digital 2024: Brazil**. [S. l.]: Datareportal, 2024.

LAGUNAZ, L.; NICOLETTO, B. B. Composição nutricional de dietas com alegações detoxificantes em sites vinculados na mídia. RBONE - **Revista Brasileira de Obesidade, Nutrição e Emagrecimento**, v. 15, n. 95, p. 699-708, 7 jul. 2022.

LESNOVSKI, M. M.; COSTA, F. C. X. #dieta: Uma exploração sobre o uso do Instagram como reforço à perda de peso sob perspectiva de estudo de consumo. In: **ENCONTRO DA ANPAD**, 40., 2016, Costa do Sauípe. Anais [...]. Rio de Janeiro: ANPAD, 2016. p. 1–14.

LIRA, A. G. et al. O uso das redes sociais, influência da mídia e insatisfação com a imagem corporal de adolescentes brasileiras. **Jornal Brasileiro de Psiquiatria**, v. 66, n. 3, p. 164–171, 2017.



MAROCOLO, M. et al. Is social media spreading misinformation on exercise and health in Brazil? *International Journal of Environmental Research and Public Health*, v. 18, n. 22, p. 11914, 2021. DOI: <https://doi.org/10.3390/ijerph182211914>.

MARZANO-PARISOLI, Maria Michela. The Contemporary Construction of a Perfect Body Image: Bodybuilding, Exercise Addiction, and Eating Disorders. *Quest*, [S. l.], v. 53, n. 2, p. 216–230, 2001. DOI: 10.1080/00336297.2001.10491741. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/00336297.2001.10491741>.

NASCIMENTO, Joice Gomes do; SILVA, Adriane Abreu da; PAIM, Raquel Teixeira Terceiro. **A propagação de informações sobre alimentação, nutrição e suplementação por perfis fitness no Instagram**. 2020. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Nutrição) — Centro Universitário Fаметro, Fortaleza, 2020. Disponível em: https://repositorio.unifametro.edu.br/bitstream/123456789/711/1/ADRIANE%20ABREU%20ODA%20SILVA%20e%20JOICE%20GOMES%20DO%20NASCIMENTO_TCC.pdf. Acesso em: 24 jun. 2025.

NOGUEIRA LARA CANTERA, G. et al. Qualidade da informação sobre alimentação e nutrição disponível no Instagram. *Interfaces Científicas - Saúde e Ambiente*, v. 9, n. 3, p. 257–271, 2024. DOI: 10.17564/2316-3798.2024v9n3p257-271. Disponível em: <https://doi.org/10.17564/2316-3798.2024v9n3p257-271>. Acesso em: 10 jun. 2025.

SILVA, Ana Sofia Pinhal de Almeida Pato da. **A influência do Instagram nas escolhas alimentares**. 2021. Tese (Doutorado) — Instituto Politécnico de Lisboa, Escola Superior de Comunicação Social.

SILVA, B. L. dos S. et al. A influência da mídia sobre o comportamento alimentar: fazendo reflexão a adoção de dietas restritivas. *Revista Brasileira de Desenvolvimento*, v. 10, p. 76028–76036, 2020. DOI: 10.34117/bjdv6n10-141. Disponível em: <https://ojs.brazilianjournals.com.br/ojs/index.php/BRJD/article/view/17897>. Acesso em: 22 maio 2025.

SILVA, S.; PIRES, P. A influência da mídia no comportamento alimentar de mulheres adultas. *Revista Terra & Cultura: Cadernos de Ensino e Pesquisa*, v. 35, n. 69, p. 53–67, 2019. Disponível em: <http://periodicos.unifil.br/index.php/Revistatestes/article/view/1172/1075>. Acesso em: 20 abr. 2025.

SOUZA, I. D.; LIMA, L. T. de. Como as mídias sociais influenciam nos casos de distúrbios alimentares em jovens e adolescentes na atualidade no Brasil. *Revista Foco*, v. 16, n. 10, p. e3368, 2023. DOI: 10.54751/revistafoco.v16n10-119. Disponível em: <https://ojs.focopublicacoes.com.br/foco/article/view/3368>. Acesso em: 25 abr. 2025.

WATANABE, K.; WICHOSKI, C. Dietas da moda e transtornos alimentares: a busca pelo “corpo perfeito”. *Revista Terra & Cultura: Cadernos de Ensino e Pesquisa*, v. 38, esp., p. 199–228, 2022. Disponível em: <http://periodicos.unifil.br/index.php/Revistatestes/article/view/2593/2362>. Acesso em: 22 maio 2025.