RBNE
Revista Brasileira de Nutrição Esportiva

A INFLUÊNCIA DAS REDES SOCIAIS NO CONSUMO ALIMENTAR E NA PRÁTICA DE EXERCÍCIO FÍSICO EM ADULTOS DO VALE DO JEQUITINHONHA E VALE DO RIO DOCE-MG

Maria Eduarda de Oliveira Matos[1], Maria Tereza Pereira Silva[1]
Victória de Almeida Furbino Mendanha[1], Maria Eduarda Ferreira Magalhães[1]
Lorrayne Camila de Jesus Moura Santos[1], Mariana Costa Pereira Silva[1]
Regiane de Melo[1], Denise Félix Quintão[1]

RESUMO

Nos últimos anos tornou-se crescente a busca por um corpo perfeito, o que leva muitas pessoas a ultrapassarem seus limites na tentativa de conquistar uma aparência física imposta pela mídia. A presente pesquisa teve como objetivo identificar a influência das redes sociais no consumo alimentar e na prática de exercício físico em adultos do Vale do Jequitinhonha e Vale do Rio Doce-MG. Para isso, uma amostra de 206 adultos, com idade entre 20 e 59 anos, praticantes de exercícios físicos, responderam a um questionário online com questões objetivas. Grande parcela dos avaliados (71,8%) segue em suas redes sociais algum tipo de influencer fitness. Destes, 45,2% sentem-se influenciados apenas na prática de exercícios físicos, 10,6% apenas quanto à alimentação e 44,2% em ambos. Quanto à realização de dietas da moda, 23,8% relataram ter realizado um ou mais tipos. As mais aderidas pelos participantes do estudo foram Low Carb (42,8%) e Jejum Intermitente (34,6%). Os principais motivos para a adesão de dietas foram o desejo de emagrecimento rápido (44,9%) e a busca por uma vida mais saudável (42,8%). Nutricionistas (49,8%), influencer fitness (36,7%) e amigos (32,6%) foram os maiores influenciadores para adesão às dietas da moda. Observou-se que cerca de 49,8% das pessoas já fizeram algum tipo de acompanhamento nutricional com profissional qualificado. Conclui-se que a maioria dos avaliados segue em suas redes sociais algum influencer fitness e são influenciados principalmente na prática de exercício físico.

Palavras-chave: Dietas da moda. Internet. Midia.

E-mail dos autores:
matosmariaeduarda51@gmail.com
mariaterezacademico@gmail.com
victoriafurbinomendanha@gmail.com
dudaf_06@icloud.com
lorraynenina.moura3421@gmail.com

ABSTRACT

The influence of social networks on food consumption and physical exercise in adults from the Jequitinhonha Valley and Doce River Valley-MG.

In recent years, the search for a perfect body has become increasingly popular, leading many people to go beyond their limits in an attempt to achieve a physical appearance imposed by the media. This study aimed to identify the influence of social networks on food consumption and physical exercise among adults in the Jequitinhonha Valley and Rio Doce Valley, Minas Gerais. To this end, a sample of 206 adults, aged between 20 and 59 years old, who practice physical exercise, answered an online questionnaire with objective questions. A large portion of those evaluated (71.8%) follow some type of fitness influencer on their social networks. Of these, 45.2% feel influenced only when practicing physical exercise, 10.6% only when eating, and 44.2% on both. Regarding fad diets, 23.8% reported having followed one or more types. The most adhered to by study participants were Low Carb (42.8%) and Intermittent Fasting (34.6%). The main reasons for following a diet were the desire to lose weight quickly (44.9%) and the search for a healthier lifestyle (42.8%). Nutritionists (49.8%), fitness influencers (36.7%) and friends (32.6%) were the biggest influencers for following fad diets. It was observed that approximately 49.8% of people have already had some type of nutritional monitoring with a qualified professional. It was concluded that the majority of those evaluated follow a fitness influencer on their social networks and are mainly influenced by the practice of physical exercise.

Key words: Fad diets. Internet. Media.

marianacpereira2017@gmail.com
regiane.melo@ifnmg.edu.br
denise.quintao@ifmg.edu.br

RBNE
Revista Brasileira de Nutrição Esportiva

INTRODUÇÃO

O avanço da tecnologia fez com que a mídia alcançasse, com maior facilidade, milhares de pessoas.

Segundo o levantamento realizado em janeiro de 2023, existem cerca de 4,76 bilhões de usuários de mídia social no mundo, o que corresponde a 59,4% da população mundial (DataReportal, 2023).

Para que ocorra a comunicação de pessoas de todos os lugares do mundo e a troca de informações na web, existem diversas ferramentas de mídia social, como, por exemplo, as redes sociais (Ceresa, 2012).

Segundo Russo (2005), a mídia padroniza corpos, e os que se veem fora das medidas sentem-se cobrados e insatisfeitos. Devido a isso, tornou-se crescente a busca por um corpo perfeito, o que leva muitas pessoas a ultrapassarem seus limites na tentativa de conquistar uma aparência física imposta pela mídia (Azevedo, 2007) e apresentadas pelos influencers fitness (Almeida e colaboradores, 2018).

Entende-se que, devido ao fato dos praticantes de exercícios físicos terem um gasto calórico e energético maior, é importante que tenham um cuidado dobrado na alimentação, a fim de repor os nutrientes da maneira correta (Sommer e colaboradores, 2019).

Apesar disso, Rodrigues e Ferreira (2021) relatam que, lamentavelmente, existem inúmeros "manuais" e "fórmulas" sendo divulgados para atingir objetivos, como as dietas da moda, que são um exemplo de conteúdo não científico e impróprio para todos.

Nesse contexto, a adesão de dietas da moda, sem prescrição profissional, pode ocasionar a ingestão inadequada de micronutrientes essenciais à saúde, causando efeitos adversos como fadiga, enxaqueca, intoxicação alimentar e alterações metabólicas do sistema digestivo, que futuramente podem levar ao desenvolvimento de doenças como diabetes, osteoporose, anemia e até perda temporária do movimento dos membros (Bastos, Ribeiro, Lisboa, 2015).

Nesse sentido, o presente artigo tem como objetivo identificar a influência das redes sociais no consumo alimentar de indivíduos que praticam exercícios físicos do Vale do Jequitinhonha e do Vale do Rio Doce-MG.

MATERIAIS E MÉTODOS

Tratou-se de um estudo transversal, descritivo e qualitativo, realizado entre o período de agosto a outubro de 2024, com adultos praticantes de exercícios físicos do Vale do Jequitinhonha e Vale do Rio Doce, do estado de Minas Gerais.

O estudo foi previamente aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa do Instituto Federal de Minas Gerais sob o protocolo: 74810123.9.0000.0293.

A amostra foi composta por adultos de ambos os sexos, na faixa etária de 20 a 59 anos, praticantes de exercício físico, como musculação, aeróbicos, modalidade esportiva, pilates, funcional, cross fit e calistenia, há no mínimo três meses, e que concordaram com o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) de acordo com a resolução 466/12. Foram excluídos da pesquisa aqueles que não responderam a todas as perguntas do questionário e que praticavam exercícios físicos há menos de três meses.

O questionário foi aplicado através da ferramenta Google Forms e divulgado por meio das redes sociais, no intuito de conseguir o maior número de participantes possíveis.

Composto por perguntas objetivas, referentes à dados pessoais, tipo de atividade física praticada e o tempo, frequência, objetivo da prática, redes sociais utilizadas e sua frequência, consumo e frequência de dietas da moda/dietas restritivas entre outros.

Os dados obtidos foram tabulados em uma planilha do programa Microsoft Excel 2019. Os resultados foram apresentados em média, mediana, desvio padrão e percentual.

RESULTADOS

O presente estudo contou com a participação de 228 adultos, entretanto, 22 delas foram excluídas por não praticarem exercícios físicos há mais de 3 meses. Sendo assim, a amostra final foi composta por 206 adultos, de 20 a 59 anos, com média de 31,7±17,7 anos, e a maioria (53,9%) do sexo feminino. Os participantes estavam situados em 17 cidades no Vale do Rio Doce (87,7%) e em 9 cidades do Vale do Jequitinhonha (12,3%).

A Tabela 1 apresenta as redes sociais utilizadas pelos participantes, nas quais puderam assinalar mais de uma opção.

RBNE
Revista Brasileira de Nutrição Esportiva

Observa-se que a rede mais citada entre as respostas foi o Instagram, com 92,7%.

Tabela 1 - Redes sociais utilizadas atualmente por adultos residentes do Vale do Jequitinhonha e Vale do Rio Doce-MG, 2024 (n=206).

Redes sociais utilizadas	n	Percentual
Instagram	191	92,7%
TikTok	84	40,8%
Facebook	82	39,8%
Twitter	46	22,3%
Threads	2	1,0%
Telegram	2	1,0%
YouTube	1	0,5%
Nenhuma	2	1,0%

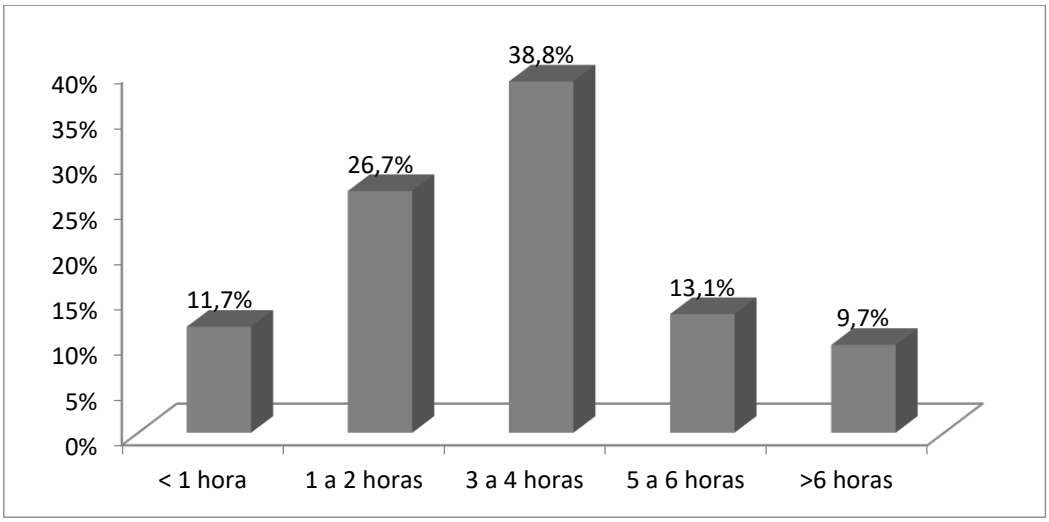

Figura 1 - Tempo de uso das redes sociais por adultos residentes do Vale do Jequitinhonha e Vale do Rio Doce-MG, 2024 (n=206).

Quanto ao tempo de uso de redes sociais, 38,8% dos participantes responderam 3 a 4 horas, 26,7% 1 a 2 horas, conforme figura 1.

A maioria dos avaliados (71,8%) mencionou seguir em suas redes sociais algum tipo de influencer fitness.

Destes, 44,2% relataram terem sido influenciados tanto na alimentação quanto na prática de exercícios, 45,2% apenas na prática de exercícios e 10,6% receberam influência somente nas escolhas alimentares. Quando observado a influência por sexo, na prática de exercícios físicos o público masculino foi o mais influenciado (54,4%) e na alimentação o sexo feminino (13,8 %).

Como apresentado na Tabela 2, os tipos de exercícios físicos mais praticados foram: musculação (76,2%), aeróbico (49,0%) e modalidade esportiva (31,5%).

Além disso, foi observado que 120 participantes praticaram mais de uma modalidade de exercício físico.

RBNE
Revista Brasileira de Nutrição Esportiva

Tabela 2 - Tipos de exercícios físicos praticados por adultos residentes do Vale do Jequitinhonha e Vale do Rio Doce-MG, 2024 (n=206).

Tipos de Exercícios Físicos	n	Percentual
Musculação	157	76,2%
Aeróbicos	101	49,0%
Modalidade Esportiva	65	31,5%
Crossfit	19	9,2%
Funcional	14	6,7%
Pilates	13	6,3%
Yoga	1	0,4%

Para os motivos que levaram à prática de exercícios físicos, os participantes puderam assinalar mais de uma opção, na qual houve maior predominância de saúde (74,8%), melhora na qualidade de vida (71,8%) e condicionamento físico (70,3%) (tabela 3).

TAbela 3 - Motivos da prática de exercícios físicos por adultos residentes do Vale do Jequitinhonha e Vale do Rio Doce-MG, 2024 (n=206).

Objetivo da prática	n	Percentual
Saúde	154	74,8%
Qualidade de vida	148	71,8%
Condicionamento físico geral	145	70,3%
Aumento da massa muscular	114	55,3%
Estética	103	50,0%
Força	83	40,3%
Resistência	82	39,8%
Reabilitação	11	5,3%
Competição	1	0,5%

Quanto à realização de dietas da moda, 23,8% relataram ter realizado um ou mais tipos. Em relação ao sexo, 32,4% das mulheres e 13,7% dos homens aderiram a dietas da moda/restritivas. As mais aderidas pelos participantes do estudo foram Low Carb e Jejum Intermitente, com porcentagens respectivas de 42,8% e 34,6% (Tabela 4).

Tabela 4 - Dietas da moda/restritivas mais aderidas por adultos residentes do Vale do Jequitinhonha e Vale do Rio Doce-MG, 2024 (n=49).

Tipo de dieta	n	Percentual
Dieta Low Carb	21	42,8%
Jejum intermitente	17	34,6%
Dieta cetogênica	8	16,3%
Dieta detox	8	16,3%
Dukan	7	14,2%
Dieta da sopa	6	12,2%
Dieta da lua	2	4%
Dieta do abacaxi	1	2%
Vegetarianismo	1	2%
Outros	5	10,2%

A Tabela 5 apresenta análise da relação de influência quanto à adesão de dietas da moda/restritivas, no entanto, alguns participantes foram influenciados por mais de um agente externo, sendo nutricionistas, influencer fitness e amigos os que obtiveram maior alcance, com as seguintes porcentagens, respectivamente, 49,8%, 36,7% e 32,6%.

A Tabela 6 expõe os principais motivos pelos quais os adultos que praticam exercícios físicos fizeram a adesão de algum tipo de dieta da moda/restritiva.

Dentre esses, o desejo de emagrecimento rápido (44,9%), a busca por uma vida mais saudável (42,8%) e ter um corpo

RBNE
Revista Brasileira de Nutrição Esportiva

mais bonito (38,7%) foram os motivos mais citados.

Tabela 5 - Influência para a adesão de dietas da moda/restritivas por adultos residentes do Vale do Jequitinhonha e Vale do Rio Doce-MG, 2024.

Quem orientou	n	Percentual
Nutricionista	21	49,8%
Influencer fitness de redes sociais	18	36,7%
Amigos	16	32,6%
Treinador/personal/educador físico	8	16,3%
Não tive influência	7	14,2%
Médico	6	12,2%
Saúde	1	2%
Outro	1	2%

Tabela 6 - Motivos da adesão a dietas da moda/restritivas por adultos residentes do Vale do Jequitinhonha e Vale do Rio Doce-MG, 2024 (n=49)

Motivo da adesão	n	Percentual
Desejo de emagrecimento rápido	22	44,9%
Ter uma vida mais saudável	21	42,8%
Ter um corpo mais bonito	19	38,7%
Adequar a um padrão corporal	16	32,7%
Aumento de massa magra	13	26,5%
Influenciada por pessoas do meio digital	4	8,1%
Parecer com algum famoso	1	2%
Obesidade	1	2%

Diante dos efeitos indesejados associados à adesão a dietas da moda/restritivas, dentre os 49 indivíduos que aderiram a dietas da moda, 26,5% relataram ter apresentado um ou mais efeitos adversos (tabela 7). Destaca-se que as respostas mais registradas foram: dores de cabeça com 69,2%, cansaço e irritabilidade com 53,8% e dificuldade para dormir com 46,1%.

Tabela 7 - Efeitos indesejados após adesão a dietas da moda/restritivas por adultos praticantes de exercícios físicos do Vale do Jequitinhonha e Vale do Rio Doce-MG, 2024 (n=13).

Efeitos indesejados	n	Percentual
Dor de Cabeça	9	69,2%
Cansaço	7	53,8%
Irritabilidade	7	53,8%
Dificuldade para dormir	6	46,1%
Alteração no ciclo menstrual	5	38,5%
Pele ressecada	5	38,5%
Queda de cabelo	5	38,5%
Unhas frágeis	5	38,5%
Tontura	3	23,1%
Desmaio	2	15,4%
Transtorno Alimentar	2	15,4%
Anemia	1	7,7%

Considerando os objetivos alcançados relacionados à adesão a dietas da moda/restritivas, 95,9% afirmaram ter alcançado um ou mais objetivos (Tabela 8). É relevante destacar que as respostas mais registradas foram: emagrecimento rápido, com 51%, vida mais saudável, com 40,8% e aumento de massa magra, com 30,6%.

Analisando a Tabela 9, observa-se o tempo que as pessoas aderiram às dietas da

RBNE
Revista Brasileira de Nutrição Esportiva

moda/restritivas, sendo que 34,7% conseguiram seguir com a dieta por apenas 1-3 meses, enquanto somente 8,2% fizeram a dieta por mais de 3 anos.

Tabela 8 - Objetivos alcançados após adesão a dietas da moda/restritivas por adultos praticantes de exercícios físicos do Vale do Jequitinhonha e Vale do Rio Doce-MG, 2024 (n=49).

Objetivos alcançados	n	Percentual
Emagrecimento rápido	25	51%
Vida mais saudável	20	40,8%
Aumento de massa magra	15	30,6%
Corpo mais bonito	9	18,4%
Adequação a padrão corporal	5	10,2%
Nenhum	2	4,1%
Outros	2	4,1%

Tabela 9 - Tempo de realização de dietas da moda/restritivas por adultos residentes do Vale do Jequitinhonha e Vale do Rio Doce-MG, 2024 (n=49).

Tempo de realização	n	Percentual
<1 mês	8	16,3%
1-3 meses	17	34,7%
4-6 meses	7	14,3%
7-9 meses	8	16,3%
10-12 meses	2	4,1%
1-2 anos	3	6,1%
2-3 anos	0	0%
>3 anos	4	8,2%

DISCUSSÃO

Dentre as redes sociais mais utilizadas pelos praticantes de exercícios físicos, destaca-se o Instagram (92,7%). Paralelo a este, o estudo realizado por Magalhães, Brasil e Tiengo (2017), com 120 sujeitos entre 18 e 50 anos, da cidade de Pouso Alegre (MG), observou que a rede social mais utilizada era o Facebook (95%) e, em seguida, o Instagram (65%).

Segundo Martins e Perônico (2022), o WhatsApp, YouTube, Instagram, Facebook e o TikTok são as cinco redes sociais mais utilizadas pelos brasileiros. Esses dados podem ser justificados pelo fato de que estas redes sociais são um meio fácil de socializar.

Além disso, as redes sociais possuem um sistema que exibe cada vez mais conteúdos relacionados com base nas interações (Amaro, 2022).

Em relação ao tempo de uso das redes sociais, o estudo apresenta que 38,8% dos participantes utilizam as redes diariamente por um período de 3/4 horas. Esse fator pode impactar diretamente na influência fitness, tendo em vista que quanto mais tempo de uso, maior o acesso a informações.

O presente estudo aponta que 71,8% dos indivíduos seguem algum influencer fitness.

Destes seguidores, a maioria (70,3%), afirmaram sofrer alguma influência, sendo que 45,2% são influenciados na prática de exercício físico, 10,6% nas escolhas alimentares e 44,2% em ambos, sendo que as mulheres são mais influenciadas na alimentação e em ambos, e os homens na prática de exercícios físicos.

No trabalho de Esteves, Veras e Santos (2022), realizado com 110 participantes do sexo feminino, com faixa etária entre 18 a 55 anos, da região sudeste, 80% relataram seguir e se sentir influenciados através desses perfis.

Segundo Azevedo e colaboradores (2012), indivíduos do sexo masculino demonstram mais ambição para possuir um corpo com maior índice de massa muscular, fazendo com que os homens realizem mais exercícios físicos do tipo musculação que as mulheres.

Já no estudo de Duarte, Almeida e Teixeira (2021), elaborado com uma amostra de 103 indivíduos que utilizavam redes sociais e seguiam influenciadores fitness, 51,4% relataram alteração de seus hábitos ou seguiram alguma dica dada por influencer fitness, dicas essas de fazer a mesma receita

ou fazer o mesmo treino. As principais motivações para seguir perfis de influencers fitness foram: a procura de inspiração para continuar no estilo de vida saudável (20,4%) e mais conhecimento (19,4%).

Nas mídias, os influenciadores conseguem interagir com seus seguidores, respondendo a comentários, mensagens, criando uma comunicação direta que é muitas vezes difícil de encontrar em profissionais.

O público se sente necessitado de sempre absorver informações de seus influencers para se sentir próximo deles, informações estas que podem ser negativas ou positivas (Duarte, Almeida, e Teixeira, 2021).

Em relação aos objetivos que levaram os participantes a praticarem exercícios físicos, destaca-se a preocupação com a saúde (74,8%), melhor qualidade de vida (71,8%), condicionamento físico (70,3%), aumento de massa muscular (55,3%) e estética (50,0%).

Paralelo a isso, Santos e colaboradores (2013), realizado no Recife, verificaram que os entrevistados praticavam exercícios físicos para melhoria da estética (n=50/30%), e em seguida para o aumento de massa muscular (21%).

Em estudo realizado por Patricio (2012), com 27 pessoas (16 a 65 anos de idade) na cidade de Criciúma (SC), cerca de 89% dos participantes realizaram atividades físicas por estética e saúde.

De acordo com Russo (2005), a mídia reforça a padronização corporal, e aqueles sujeitos que se veem fora do padrão imposto começam a se sentir insatisfeitos com sua aparência física e passam a se cobrar drasticamente.

Em muitos casos, os sujeitos ultrapassam os seus limites a fim de obter uma aparência física imposta pela mídia (Azevedo, 2007).

O estudo de Theodoro e colaboradores (2021), em sua revisão de literatura, constatou que a mídia influencia na edificação da imagem corporal de sujeitos do sexo feminino e masculino, sendo um dos fatores que causa maior insatisfação corporal, com maior relevância no sexo feminino.

As dietas da moda têm chamado a atenção desse público, visto que prometem resultados rápidos em um curto período (Watanabe, Wichoski, 2022).

Ao que diz respeito à adesão de dietas da moda/restritivas, 27,7% relataram que já fizeram a adesão a um ou mais tipos, sendo mais aderidas por pessoas sexo feminino. Trettoa, Laina e Pereira (2017), feito com 119 pessoas, constataram que 41,2% já aderiram a dietas da moda/restritivas.

Neste estudo, as dietas que obtiveram maior adesão foram Low Carb e jejum intermitente.

Resultado este semelhante ao estudo de Pereira e colaboradores (2019), onde 64,0% já fizeram a adesão a algum tipo de dieta da moda/restritiva, sendo as dietas mais citadas a Low Carb (75%), dietas ricas em proteína (50%) e jejum intermitente (31,3%).

No estudo de Almeida e colaboradores (2019), com 130 alunos adultos de uma academia da cidade de Bauru-SP, 58,5% realizaram alguma dieta da moda/restritiva, sendo as mais frequentes a dieta Low Carb (21,5%) e o jejum intermitente (16,9%).

Em uma análise crítica no estudo de feito com 92 participantes de ambos os sexos, com faixa etária entre 20 e 40 anos, foi retratado que o padrão corporal imposto pela sociedade, principalmente a mídia, coloca as mulheres como o foco principal, e acaba acontecendo de várias delas serem levadas à busca desenfreada pelo emagrecimento para se encaixar na “beleza ideal”, devido a isso elas apresentam um percentual maior de realização de dietas da moda/restritivas. No estudo citado, 79% da adesão a dietas corresponde a sujeitos do sexo feminino.

Em um estudo transversal de Watanabe e Wichoski (2022), feito com 91 adultos homens e mulheres com idade entre 18 e 60 anos, elaborado através de um questionário divulgado nas redes sociais, foi apresentado que 52,0% da amostra fez a adesão a dietas da moda/restritivas, destes, 64,0% são mulheres e 36,0% homens.

Pode-se observar que, para a adesão de dietas da moda, a maioria dos participantes receberam informações por mais de uma fonte, sendo os maiores influentes o nutricionista (49,8%), redes sociais (36,7%) e amigos (32,6%).

Já no estudo realizado com 50 universitárias adultas praticantes de atividade física na cidade de Palhoça-SC que faziam dieta, 38,7% se autoprescreveram, somente 35,8% tiveram a prescrição de um nutricionista e 12,9% encontram em redes sociais.

Em contrapartida, no estudo de Pereira e colaboradores (2019), feito com 50 adultos frequentadores de academias de musculação do município de São Paulo (SP) de ambos os

gêneros, as recomendações dessas dietas foram feitas em sua maioria por: mídias digitais (52,6%), amigos ou conhecidos (26,3%) e personal trainner (10,5%).

Segundo Almeida e colaboradores (2019), o indicado seria que a orientação fosse feita por profissionais das áreas de nutrição, visto que seu papel é fundamental na promoção, preservação e restauração da saúde por meio da alimentação, ressaltando as vantagens de uma alimentação apropriada e saudável.

As prescrições de dietas devem ser feitas de forma flexível e de modo que possibilitem um hábito alimentar, levando em consideração dados sobre o metabolismo basal, faixa etária, demanda energética de treino e objetivo de sua prática, fatores clínicos presentes e necessidades de modificação da composição corporal bem como a individualidade.

A distorção da autoimagem corporal é um problema comum, principalmente entre mulheres jovens, que são frequentemente expostas a padrões de beleza inatingíveis. Isso pode levar a uma adesão a planos alimentares genéricos, não personalizados nem adequados às necessidades individuais da paciente (Faria, de Almeida, Ramos, 2021).

Os praticantes de exercícios físicos que participaram da pesquisa foram motivados a aderir às dietas da moda/restritivas, principalmente devido ao desejo de emagrecimento rápido (44,9%), à busca por uma vida mais saudável (42,8%) e ao objetivo de alcançar um corpo mais bonito (38,7%).

Esses achados são consistentes com um estudo que envolveram 60 indivíduos de ambos os sexos usuários de academias no município de Palmitinho-RS, com idades entre 18 e 50 anos, em que as principais motivações para a adesão a dietas da moda/restritivas também incluíram emagrecer (67,0%), seguido de perder gordura abdominal (27,0%) e melhorar a saúde (17,0%).

No estudo que envolveram 64 praticantes de musculação, alunos de uma academia localizada em uma cidade da região norte do Rio Grande do Sul, com participantes de ambos os sexos e com idades entre 20 e 45 anos, os objetivos predominantes para a adoção de tais dietas foram o emagrecimento (60,7%), o preparatório para competições (7,1%), a busca por uma melhoria na qualidade de vida, a influência da mídia e relatos sobre a eficácia (14,3%).

O presente estudo apresentou que 26,5% dos participantes tiveram efeitos indesejados ao seguir dietas da moda, sendo os principais: dor de cabeça (69,2%), cansaço (53,8%), irritabilidade (53,8%), dificuldade para dormir (46,1%), alteração no ciclo menstrual (38,4%), pele ressecada (38,4%) e queda de cabelo (38,4%).

Paralelo a esse, há o estudo de Nogueira e colaboradores (2016), realizado com 100 desportistas frequentadores de um clube e academias de São Paulo, para avaliar o uso de dietas veiculadas pela mídia, no qual 51,9% relataram sintomas indesejados ligados ao uso de dietas da moda, como fraqueza (21,2%), irritabilidade (15,4%), tontura (13,4%) e perda de cabelo (1,9%).

Já o estudo de Almeida e colaboradores (2019), analisaram 130 frequentadores de uma academia no município de Bauru-SP, dos quais 5,38% consideraram as dietas insatisfatórias. Os efeitos citados após a adesão às dietas foram irritabilidade (13,9%), fraqueza (9,2%), tontura (8,5%), entre outros.

Nazatto e colaboradores (2020) observaram relatos de fraqueza e diminuição da capacidade de fazer exercícios físicos ao compararem os efeitos da adesão da dieta Low Carb e do jejum intermitente. Esses efeitos podem ser relacionados à falta de quantidades de sais minerais, nutrientes e vitaminas essenciais à saúde capazes de suprir as necessidades do corpo humano nessas dietas (Bastos, Ribeiro, Lisboa, 2015).

Dentre os objetivos mais alcançados, nesta pesquisa, foram o emagrecimento rápido (51%), a busca por uma vida mais saudável (40,8%) e o aumento da massa magra (30,6%). O maior tempo de adesão observado foi entre 1 e 3 meses (34,7%) e apenas 8,2% conseguiram manter a adesão por mais que 3 meses. O estudo de Rodrigues e Ferreira (2021), executado com 54 estudantes universitários do Distrito Federal, do sexo masculino e feminino, com idade superior a 18 anos, indicou que 94,4% das pessoas que manifestaram a perda de peso como um resultado desejado, 60,8% indicaram que os resultados foram bons ou muito bons, 13,7% apresentaram resultados ruins e 25,5% relataram não ter tido alterações no peso.

Apesar de apresentarem algum resultado a curto prazo, as dietas da moda tendem a resultar em efeito rebote a longo prazo, o que gera o ganho de mais peso do que

o perdido com a dieta, levando à insatisfação corporal, transtornos alimentares e depressão (Faria, Almeida, Ramos, 2021).

Reforçando que intervenções dietéticas de curto prazo, em sua maioria, não favorecem a consolidação de mudanças duradouras nos padrões alimentares, prejudicando a sustentabilidade dos resultados obtidos.

CONCLUSÃO

Conclui-se que os avaliados, em sua maioria, seguem em suas redes sociais algum tipo de influencer fitness e sentem-se influenciados na escolha da alimentação e na prática de exercícios físicos, com maior destaque para este último.

Grande parcela dos indivíduos, apesar de terem feito acompanhamento com profissional, também foram influenciadas pelas mídias sociais em seu consumo alimentar.

A minoria relatou prática de dietas da moda, destacando-se a dieta Low Carb e o jejum intermitente, sendo o emagrecimento rápido o maior interesse para a adesão das dietas.

Apesar da influência midiática atualmente, pode-se observar uma grande procura por pessoas qualificadas na orientação do consumo alimentar.

Por fim, faz-se necessária a criação de políticas públicas capazes de controlar as divulgações relacionadas à saúde propagadas por não profissionais e a veracidade desses assuntos.

REFERÊNCIAS

1-Almeida, S.G.; Almeida, A.G.; Santos, A.L.; Silva, M.L. A influência de uma Rede Social nos Padrões de Alimentação de usuários e profissionais de saúde seguidores de perfis fitness. Ensaios e Ciência: Ciências Biológicas Agrárias e da Saúde, Vol. 22. Num. 3. 2018. p. 194-200.

2-Almeida, T.F.; Souza, C.T.; Souza, D.T.; Ferron, A.J.T.; Francisqueti-Ferron, F.V. Adesão as dietas da moda por alunos de uma academia de musculação no município de Bauru. Revista Brasileira de Obesidade, Nutrição e Emagrecimento, Vol. 13. Num. 81. 2019. p. 790-798. Disponível em: http://www.rbone.com.br/index.php/rbone/article/view/1064.

3-Amaro, D. Brasil é o terceiro país do mundo que mais utiliza as redes sociais. Edição do Brasil, 2022. Disponível em: https://edicaodobrasil.com.br/2022/06/10/brasil-e-o-terceiro-pais-do-mundo-que-mais-utiliza-as-redes-sociais/.

4-Azevedo, A.P.; Ferreira, A.C.; Silva, P.P.; Caminha, I.O.; Freitas, C.M. Dismorfia muscular: A busca pelo corpo hiper musculoso. Motricidade. Vol. 8. Num. 1. 2012. p. 53-66. Disponível em: https://www.oasisbr.ibict.br/vufind/Record/RCAP_9cc3332d91ab7bd239fea1c08cac4028.

5-Azevedo, S. N. Em busca do corpo perfeito: Um estudo do narcisismo. Curitiba: Centro. Reichiano, 2007. Disponível em: https://centroreichiano.com.br/artigos/Artigos/AZEVEDO,%20Shirlaine%20-%20Em%20busca%20do%20corpo%20perfeito.pdf.

6-Bastos, J.; Ribeiro, S.; Lisboa, A. Milagrosas ou perigosas? Os riscos causados pela desinformação sobre dietas. Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. In: XXII Prêmio Expocom 2015 - Exposição da Pesquisa Experimental em Comunicação. 2015. Disponível em: https://www.portalintercom.org.br/anais/nordeste2015/expocom/EX47-2078-1.pdf.

7-Ceresa, G.C. A influência das mídias sociais no comportamento de compra. TCC. Monografia. Centro Universitário de Brasília - UniCEUB, Bacharelado em Comunicação Social. Brasília. 2012. Disponível em: https://repositorio.uniceub.br/jspui/handle/235/7361.

8-DataReportal. Global social media statistics. Datareportal. 2023. Disponível em: https://datareportal.com/social-media-users.

9-Duarte, B.; Almeida, N.; Teixeira, M.C. Influenciadores Digitais no Desporto: Uma perspetiva do fitness nas redes sociais Digital Influencers in Sports: A fitness perspective on social media. 2021.

10-Esteves, N.O.; Veras, R.S.; Santos, A.C.C.P. Redes Sociais: O impacto dos influenciadores brasileiros no comportamento alimentar das mulheres. Pesquisa, Sociedade e

Desenvolvimento. Vol. 11. Num. 8. 2022. p. 1-11.

11-Faria, A.L.; Almeida, S.G.; Ramos, T.M. Impactos e consequências das dietas da moda e da suplementação no comportamento alimentar. Research, Society and Development. Vol. 10. Num. 10. 2021. p. 1-13.

12-Magalhães, L.M., Brasil, A.C., Tiengo, A. A influência de blogueiras fitness no consumo alimentar da população. Revista Brasileira de Obesidade, Nutrição e Emagrecimento. Vol. 11. Num. 68. 2017. p. 685-692. Disponível em: http://www.rbone.com.br/index.php/rbone/article/view/629.

13-Martins, L.A.N.; Perônico, J.L. Ingestão indiscriminada de suplementos proteicos: o consumo em excesso pode influenciar na sobrecarga renal. Revista Brasileira Interdisciplinar de Saúde. Vol. 4. Num. 2. 2022. p. 47-53.

14-Nazatto, M.F.S.; Takahashi, S.A.; Silva, B.L.; Ferraz, R.R.N. Comparação entre os efeitos da dieta low carb e do jejum intermitente no processo de emagrecimento: síntese de evidências. International Journal of Health Management Review. Vol. 6. Num. 1. 2020. Disponível em: https://www.ijhmreview.org/ijhmreview/article/view/197.

15-Patricio, J.B. A influência da mídia na academia: reflexos no cotidiano de praticantes de exercícios físicos. TCC. Bacharel em Educação Física. Universidade do Extremo Sul Catarinense. Criciúma. 2012..

16-Pereira, G.A.L.; Mota, L.G.S.; Caperuto, E.C.; Chaud, D.M.A. Adesão de dietas de moda por frequentadores de academias de musculação do município de São Paulo. Revista Brasileira De Nutrição Esportiva. São Paulo. Vol. 13. Num. 77. 2019. p. 131-136. Disponível em: http://www.rbne.com.br/index.php/rbne/article/view/1268.

17-Rodrigues, F.R.; Ferreira, P.A. Impacto das dietas da moda na adesão a futuros planos alimentares por universitários do distrito federal. Advances in Nutritional Sciences. Vol. 2. Num. 1. 2021. p. 1-6.

18-Russo, R. Imagem corporal: construção através da cultura do belo. Revista Movimento e percepção. Espírito Santo de Pinhal. Vol. 5. Num. 6. 2005. p. 80-90.

19-Santos, H.V.D.; Oliveira, C.C.P.; Freitas, A.K.C.; Sommero, A.C. Consumo de suplementos alimentares por praticantes de exercício físico em academias de bairros nobres da cidade do Recife. Revista Brasileira de Nutrição Esportiva. São Paulo. Vol. 7. Num. 40. 2013. p. 204-211. Disponível em: http://www.rbne.com.br/index.php/rbne/article/view/396/378.

20-Sommer, R.M.; Moura, F.A.; Silva, R.M.; Cesario, F.C. Alimentação: consumo e conhecimento por praticantes de exercício físico em uma cidade no interior do RS. Revista Brasileira de Nutrição Esportiva. Vol. 13. Num 81. 2019. p. 695-704. Disponível em: http://www.rbne.com.br/index.php/rbne/article/view/1421.

21-Theodoro, H.G.; Fernandes, F.N.; Reis, E.J.B. A nova grande mídia: uma análise sobre a influência de blogueiro fitness. Biomotriz. Vol. 15. Num. 1. 2021. p. 346-363.

22-Trettoa, M.B.; Laina, N.; Pereira, F.B. Dietas da moda versus distúrbios alimentares. In: V Congresso de Pesquisa e Extensão da FSG. Rio Grande do Sul. 2017. p. 110-112.

23-Watanabe, K.E.; Wichoski, C. Dietas da moda e transtornos alimentares: a busca pelo “corpo perfeito”. Paraná. Revista Terra & Cultura: Cadernos de Ensino e Pesquisa. Vol. 38. Num. 2022. especial. p. 199-228.

1 - IFMG, Campus São João Evangelista, Guanhães, Minas Gerais, Brasil.

Autor correspondente:
Denise Félix Quintão.
denise.quintao@ifmg.edu.br

Recebido para publicação em 22/04/2025
Aceito em 12/06/2025