

**TERRORISMO NUTRICIONAL NAS MÍDIAS SOCIAIS E SUA RELAÇÃO  
COM TRANSTORNOS ALIMENTARES EM MULHERES: UMA REVISÃO  
NARRATIVA**

**NUTRITIONAL TERRORISM ON SOCIAL MEDIA AND ITS  
RELATIONSHIP WITH EATING DISORDERS IN WOMEN: A NARRATIVE  
REVIEW**

**TERRORISMO NUTRICIONAL EN LAS REDES SOCIALES Y SU  
RELACIÓN CON LOS TRASTORNOS ALIMENTARIOS EN MUJERES:  
UNA REVISIÓN NARRATIVA**

Israel Marques Campos<sup>1</sup>

Jessica Vasconcelos Ganem Baltazar<sup>2</sup>

Thalita Victoria Nascimento dos Santos<sup>3</sup>

Walleska do Nascimento de Sousa<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup> [isracamposedh@gmail.com](mailto:isracamposedh@gmail.com)

| <https://orcid.org/0000-0001-8514-8108>

Bio: Pesquisador de Pós-Doutorado - Universidade Federal do Recôncavo da Bahia. Consultor de Organismos Internacionais. Doutor em Educação - Universidade Federal da Bahia.

<sup>2</sup> [jeu\\_vgb@hotmail.com](mailto:jeu_vgb@hotmail.com)

| <https://orcid.org/0009-0003-9746-0299>

Bio :Graduanda do Bacharelado Interdisciplinar em Saúde pela Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (UFRB).

<sup>3</sup> [thalitavictoria2908@gmail.com](mailto:thalitavictoria2908@gmail.com)

| <https://orcid.org/0009-0004-0684-3989>

Bio: Graduanda do Bacharelado Interdisciplinar em Saúde pela Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (UFRB).

<sup>4</sup> [walleskanascimento45@gmail.com](mailto:walleskanascimento45@gmail.com)

| <https://orcid.org/0009-0002-8237-2520>

Bio: Graduanda do Bacharelado Interdisciplinar em Saúde pela Universidade Federal do Recôncavo da Bahia(UFRB).

## **RESUMO**

Esse estudo tem como objetivo analisar como a popularização de conteúdos nutricionais nas mídias sociais colaboram para o aparecimento do terrorismo nutricional, e auxiliam no surgimento de transtornos alimentares, sobretudo entre as mulheres. Esse conceito caracteriza-se pela disseminação de informações alarmistas e distorcidas sobre a alimentação, que induzem a mudanças extremas nos hábitos alimentares. Este estudo trata-se de uma revisão narrativa da literatura, que analisou títulos dos últimos dez anos, com exceção de títulos de 2004, 2007 e outro de 1996. Concluindo assim, com as análises dos estudos recuperados, que as práticas de disseminação do terrorismo nutricional têm se intensificado nas redes sociais, sobretudo no Instagram, onde influenciadores digitais adjunto da indústria alimentícia, compartilham dicas alimentares que prometem soluções milagrosas e o “corpo perfeito”, atingindo negativamente a percepção corporal e o bem estar psicológico das mulheres, que são mais suscetíveis a pressões estéticas, favorecendo a manutenção dos transtornos alimentares.

**Palavras- Chave:** Restrição alimentar; Rede social; Transtornos da Alimentação; Estética; Saúde da Mulher

## **ABSTRACT**

This study aims to analyze how the popularization of nutritional content on social media contributes to the emergence of nutritional terrorism, and helps in the appearance of eating disorders, especially among women. This concept is characterized by the dissemination of alarmist and distorted information about food, which leads to extreme changes in eating habits. This study is a narrative review of the literature, which analyzed titles from the last 10 years, with the exception of titles from 2004, 2007 and another from 1996. Concluding then, with the analysis of the studies recovered, that the practices of disseminating nutritional terrorism have intensified on social media, especially on Instagram, where digital influencers from the food industry share dietary tips that promise miraculous solutions and the “perfect body”, negatively affecting women's body perception and psychological well-being, who are more susceptible to aesthetic pressures, favoring the maintenance of eating disorders.

**Keywords:** Dietary Restriction; Social Networking; Eating Disorder; Esthetics; Women's Health.

## **RESUMEN**

Este estudio pretende analizar cómo la popularización de contenidos nutricionales en las redes sociales contribuye a la aparición del terrorismo nutricional y ayuda el surgimiento de trastornos alimentarios, especialmente entre las mujeres. Este concepto se caracteriza por la difusión de información alarmista y distorsionada sobre la alimentación, lo que conduce a cambios extremos en los hábitos alimentarios. Este estudio es una revisión narrativa de la literatura, que analizó títulos de los últimos 10 años, con excepción de títulos de 2004, 2007 y otro de 1996. Concluyendo así, con el análisis de los estudios recuperados, que las

práticas de difusão del terrorismo nutricional se han intensificado en las redes sociales, especialmente en Instagram, donde influencers digitales de la industria alimentaria comparten consejos dietéticos que prometen soluciones milagrosas y el “cuerpo perfecto”, afectando negativamente la percepción corporal y el bienestar psicológico de las mujeres, lo que son más susceptibles a las presiones estéticas, favoreciendo el mantenimiento de los trastornos alimentarios.

**Palabras clave:** Restricción Dietética; Red Social; Trastornos de Alimentación; Estética; Salud de la Mujer.

## INTRODUÇÃO

Com a crescente popularização das mídias sociais, a exposição a uma alta gama de dicas alimentares e dietas “perfeitas” vem modificando a maneira como as mulheres percebem e consomem os alimentos. De acordo com Chaud e Marchioni (2004), a mídia é uma grande influenciadora do comportamento alimentar, sendo a principal responsável por disseminar informações inadequadas sobre alimentação, nutrição e emagrecimento.

Dessa forma, as redes sociais, como sendo uma dessas mídias, possui o poder facilitador de disseminar esses conteúdos, sendo um motivo de preocupação na sociedade, principalmente porque essas informações disseminadas, geralmente, não possuem nenhum embasamento científico, e seus significados são atribuídos por quem os compartilham, como os influenciadores digitais no Instagram.

Tais conteúdos trazem à tona o que chamamos de “terrorismo nutricional”, que, de acordo com a Subsecretaria de Segurança Alimentar e Nutricional (2021), é um termo que busca de maneira incessante demonizar certos alimentos ou nutrientes como se fossem eles os responsáveis pelo insucesso das dietas. Esse termo é derivado de outro conceito, conhecido como “nutricionismo”, desenvolvido por Scrinis (2021), que comumente é utilizado para reduzir um alimento apenas aos seus nutrientes e seus benefícios.

Assim, o terrorismo nutricional acaba se tornando um fator essencial na hora de escolher o que comer, principalmente ao se espelhar nas dicas das redes sociais, onde influenciadores digitais utilizam seus perfis para propagar informações alarmantes sobre a alimentação e compartilhar rotinas alimentares “perfeitas”, com a pauta de que apenas determinados alimentos são permitidos, e eles serão os responsáveis pelo sucesso do corpo “perfeito”.

Segundo Gasparetto *et al.* (2019), os influenciadores digitais expressam habilidade em modificar comportamentos e até mesmo o pensamento de seus seguidores, e essa influência traz grande interesse para as empresas, que buscam parcerias para indicar seus produtos, de modo que a

influência deles é capaz de moldar comportamentos e motivar escolhas de consumo dos seus seguidores.

Desse modo, conforme Lopes e Trajano (2021), quem possui maior acesso às redes sociais estão mais propícios a desenvolverem algum transtorno alimentar, visto que nas mídias a idealização do corpo e adoção de novos comportamentos alimentares são tidas como uma maneira de alcançar o sucesso, e quem não se identifica com esses modelos automaticamente está fora dos padrões, logo, está mais propenso a insatisfação corporal e mudanças desordenadas nos hábitos alimentares. Sendo as mulheres as que mais sofrem com a insatisfação da imagem, em virtude da cobrança social e da intensa influência da mídia, aumentando o risco para o desenvolvimento de transtornos alimentares, como foi exposto por Rodrigues (2019).

Sendo assim, é visível que o terrorismo nutricional, sustentado pelas mídias sociais, frequentemente envolve uma promoção de discursos que associam determinados alimentos a doenças e problemas de saúde, colocando os como vilões e os proibindo de serem consumidos, fomentando a desinformação e a pressão para a adoção de dietas da moda, na qual apenas determinados alimentos são permitidos e grupos alimentares inteiros tem que ser excluídos da sua rotina, criando um ambiente no qual a alimentação passa a ser uma fonte de culpa e medo, induzindo às modificações nos comportamentos alimentares, em detrimento da pressão midiática imposta.

Com isso, esta pesquisa se torna necessária devido ao crescente aumento de conteúdos relacionados ao terrorismo nutricional nas mídias sociais, que porventura está influenciando os usuários nas redes sociais, como o Instagram, a mudarem os seus hábitos alimentares de maneira extremamente prejudicial.

Logo, o presente estudo tem como objetivo analisar como o terrorismo nutricional, sustentado pelas mídias sociais, pode acarretar transtornos alimentares em mulheres diante da imposição de padrões imagéticos e alimentares. Esta análise considerará as representações midiáticas de corpos idealizados e a promoção de dietas restritivas como influência no desenvolvimento e manutenção desses distúrbios em mulheres, tendo em vista que são poucos os estudos específicos no campo científico sobre “terrorismo nutricional”, bem como dados detalhados sobre transtornos alimentares em mulheres e a correlação entre as duas terminologias.

## **METODOLOGIA**

A presente pesquisa trata-se de um artigo de revisão narrativa da literatura. Segundo Rother (2007), artigos de revisão narrativa são publicações amplas, apropriadas para descrever e discutir o desenvolvimento de um determinado assunto, sob o ponto de vista teórico ou contextual, e tem um papel fundamental para a educação continuada, pois permite ao leitor adquirir e atualizar o

conhecimento sobre uma temática específica em um curto espaço de tempo, constituindo-se de uma análise de estudos publicados em livros, artigos, revistas impressas e/ou eletrônicas e uma análise crítica pessoal do autor.

Diante do exposto, para a confecção deste artigo foram utilizados critérios de inclusão para a seleção dos dados, tendo como base livros, artigos de periódicos, monografias e sites, com pesquisa bibliográfica da língua portuguesa, e recorte temporal dos últimos 10 anos, com exceção para um artigo de 2004, outro de 2007 e um livro de 1996, que foram utilizados por apresentar dados relevantes para o entendimento da temática deste presente estudo. Além disso, foi feita uma abordagem qualitativa, com análise interpretativa para encontrar as postagens do Instagram e os estudos de caso, utilizando como descritores “dietas”, “emagrecer” e “mulheres”, combinadas pelo conectivo “E”.

As buscas foram realizadas nas bases de dados Scientific Electronic Library Online (SciELO), Literatura Latino- Americana e do Caribe em Ciências da Saúde (LILACS) e Portal de Periódicos da CAPES (CAFe). Utilizando como mecanismo de busca os termos “comportamento alimentar”, “dietas restritivas”, "mulheres", "terrorismo nutricional", "transtornos alimentares”, “mídias sociais" e “Instagram”, combinados através do conectivo “E”, a fim de caracterizar o conceito de terrorismo nutricional e sua influência no desenvolvimento dos transtornos alimentares em mulheres.

Entretanto, não obtivemos total êxito com as pesquisas, visto que são poucos os estudos bibliográficos sobre a temática do terrorismo nutricional, bem como os transtornos alimentares, especialmente em mulheres, e a relação desses transtornos com o terrorismo nutricional, sendo os dados específicos sobre essas temáticas uma lacuna no trabalho.

## **1. TERRORISMO NUTRICIONAL: CONTEXTUALIZAÇÃO DO CONCEITO**

Diariamente somos bombardeados com notícias alarmantes sobre o que é ou não permitido comer, levando muitas mulheres a acreditarem que alimentação saudável e emagrecimento estão associados a proibições na alimentação. Conforme Deram (2018), com a tecnologia disponível hoje, um volume maior de dicas de nutrição e alimentos supostamente milagrosos que vão mudar nossa vida e auxiliar no emagrecimento são espalhadas todos os dias por todos os lados. Logo, há uma grande massificação de informações que demonizam determinados alimentos, geralmente acompanhadas de discursos alarmantes que definem um alimento apenas pelo seu teor nutricional, que, segundo a autora, é um tema conceituado por Gyorgy Scrinis como “nutricionismo”, que é definido como um reducionismo do alimento a nutrientes isolados.

Através desse reducionismo o alimento vai passar a ser caracterizado de forma errônea, como “bom” ou “ruim”, “permitido” ou “proibido”, descredibilizando todo o contexto em torno da

alimentação, sem considerar sua interação com outros nutrientes, e os aspectos sociais, econômicos e culturais que o cercam.

Esse nutricionismo, atrelado ao excesso de informações controversas, vai trazer à tona o terrorismo na nutrição, mais comumente conhecido como terrorismo nutricional, no qual a alimentação passa a ser uma fonte de restrições, demonização dos alimentos, contagem de calorias e sensacionalismo alimentar.

Terrorismo é o ato de tornar a alimentação e, muitas vezes, o emagrecimento algo extremamente difícil, quando não é. [...] É um alimento que não pode, é outro grupo alimentar que é um veneno, um outro alimento que você gosta é “inflamatório” e aquilo que até ontem para você era normal de ter no seu prato, passa a ser o causador de todos os problemas que existem no mundo, desde quilos até doenças gravíssimas (Alexim, 2020).

Essas informações, geralmente, são disseminadas na sociedade através das mídias sociais, que compartilham dicas sobre determinados alimentos, tendo como intuito propagar mudanças nos hábitos alimentares das pessoas.

Consequentemente, o terrorismo nutricional acaba se tornando um fenômeno de grande amplitude nas redes sociais, principalmente no Instagram, onde o compartilhamento de rotinas alimentares e dicas sobre os alimentos são encaminhados de maneira distorcida, gerando ilusões na cabeça das pessoas, sobretudo das mulheres, que tendem a achar esses conteúdos motivadores.

## **1.1. TERRORISMO NUTRICIONAL NAS MÍDIAS SOCIAIS**

Segundo Clementi *et al.* (2017), o termo mídia vem de meio, onde se disponibilizam informações e conhecimentos, sendo que a principal função das mídias sociais atuais é comunicar um conteúdo para uma grande audiência. Já o termo rede vem de ligação entre as pessoas, sendo a função das redes sociais também comunicar um conteúdo, mas através da interconexão entre as pessoas.

À vista disso, o Instagram consiste numa rede social online em que os usuários compartilham fotos e vídeos, os quais podem ser “curtidos” e comentados pelos demais usuários da rede, de acordo com Nespoli *et al.* (2015). Essa plataforma permite às pessoas compartilharem não apenas suas vidas, mas também dicas sobre alimentação e rotinas alimentares, com imagens esteticamente atrativas e frases de efeito, que tem o poder de influenciar tanto positivamente quanto negativamente, principalmente quando esses conteúdos vêm acompanhados de informações equivocadas sobre os alimentos.

Consoante a Glória *et al.* (2021), o crescente número de postagens em diários pessoais sobre o que devemos ou não comer torna as celebridades alvos de pesquisa na busca por orientações para condutas alimentares, esse processo de celebrização de personagens no âmbito digital ocasiona uma possível ascensão do indivíduo considerado anônimo a condição de célebre, devido a essa grande inserção de conteúdos audiovisuais sobre estilo de vida e alimentação saudável nas redes sociais.

Esses indivíduos são comumente conhecidos como influenciadores digitais, que são pessoas que utilizam de redes sociais como o Instagram, para compartilhar suas vidas.

Os influenciadores digitais são grandes formadores de opinião, sendo capazes de modificar comportamentos e mentalidade de seus seguidores, visto que em razão da exposição de seus estilos de vida, experiências, gostos, preferências e, principalmente, da interação social acabam conquistando a confiança dos usuários ora consumidores (conhecidos como seguidores). (Gasparatto *et al.*, 2019).

Esses criadores de conteúdos possuem uma capacidade enorme de influenciar as opiniões, as preferências e até as atitudes de seus seguidores, devido a confiança que eles estabelecem com seu público. Essa confiabilidade se dá por conta das publicações imagéticas, que criam a falsa ideia de intimidade com os seguidores, e, muitas vezes, inibe a formulação de pensamentos subjetivos, porque o marketing em torno desses conteúdos é tão manipulável que a opinião das pessoas vai estar sempre embasada no pensamento do outro.

Desta forma, quando esses criadores de conteúdo promovem a disseminação de informações equivocadas sobre a alimentação e determinam que para ter o corpo magro é preciso que certos alimentos sejam descartados da rotina, a grande maioria dos seus seguidores vão acatar a esses ideais, justamente porque a propaganda em torno deles vai passar a falsa imagem de que eles se preocupam com o bem-estar dos seus seguidores, quando na verdade há uma comercialização enorme em torno dessas publicações, que colocam alimentos comuns como vilões, mas criam soluções para vender produtos em torno disso.

Em concordância com o que foi citado, perfis que prometem soluções rápidas e milagrosas são os mais procurados entre as mulheres, geralmente são perfis que vendem conteúdos de emagrecimento rápido e em poucos dias (Figura 1), utilizando fotos do “antes” e “depois” (Figura 2). Promovendo a venda de dietas restritivas e insustentáveis, utilizando postagens que acompanham frases persuasivas, que incentivam a adoção desses produtos.



**Figura 1-** Perfil do Instagram sobre alimentação e emagrecimento, que vende dietas.



**Figura 2-** Venda de dietas com fotos do “antes” e “depois”. **Fonte:** Instagram (2021). **Fonte:** Instagram (2021).

Essas dietas geralmente são vendidas por pessoas que não tem nenhuma base científica, e por serem restritivas demais tornam-se insustentáveis e impossíveis de serem mantidas por muito tempo, fazendo com que os poucos resultados que elas podem dar sejam passageiros. “Grande parte das pessoas adere a essas dietas pela falsa crença de que se alguém teve resultado com uma dieta dessas, essa pessoa também vai ter resultados e emagrecer” (Alexim, 2020).

“Essa procura pela dieta milagrosa ainda existe porque internalizamos o conceito errado de que o corpo pode ser manipulado e modelado como se deseja. É só uma questão de dinheiro, tempo, conhecimento e disciplina” (Deram, 2018, p. 36).

De acordo com a Universidade Federal de Minas Gerais (2016), a publicidade em torno de alimentos específicos, vendidos como “superalimentos”, e as promessas de efeitos milagrosos no corpo e na saúde, induzem a modismos alimentares e padrões de comportamento alimentar não usuais, que muitas vezes podem causar riscos à saúde.

Conforme Chaud e Marchioni (2004), esses modismos alimentares, na maioria das vezes, representam verdadeiras agressões ao organismo humano, considerando que essas dietas, em sua maioria, são extremamente hipocalóricas, contendo nutrientes e calorias muito abaixo das recomendadas para o funcionamento vital do organismo, e o seguimento das mesmas pode repercutir em efeitos deletérios no organismo humano, podendo, a médio prazo, auxiliar no ganho de peso ainda mais expressivo que o anterior ao seguimento destas, visto o estresse fisiológico e psicológico que se submetem as pessoas que as seguem.

Desse modo, essas dietas da moda, que prometem redução de peso rápida e sem sacrifícios, são dissociadas dos diversos determinantes da saúde e da nutrição, e constituem padrões de comportamento alimentar não usuais, adotados entusiasticamente pelos seguidores destes perfis. Seu sucesso é atribuído especialmente à motivação inicial das pessoas pelo contato com algo novo, além da promessa de resultados rápidos (Universidade Federal de Minas Gerais, 2016).

Considerando isso, essas dietas acabam desencadeando ciclos de restrição, compulsão, culpa e compensação, facilitado pelo terrorismo nutricional disseminado nas mídias através de publicações, como as citadas (Figura 1) e (Figura 2). Em conformidade com Silva *et al.* (2018), a ampliação do conhecimento acerca das repercussões desses conteúdos divulgados no Instagram, com destaque para os que propagam e reforçam a necessidade do corpo magro como a única possibilidade de corpo ideal e bonito, são importantes para uma melhor elucidação desse fenômeno.

Portanto, segundo Luz *et al.* (2024), o desejo pelo corpo perfeito, amplamente promovido nas mídias sociais, especialmente pelos influenciadores, tem gerado problemas de conduta e insatisfação corporal entre as mulheres, devido à comparação e frustração por não atingirem os resultados esperados. Esses conteúdos tornam-se uma forma de pressão quando promovem o compartilhamento de imagens e produtos sem fundamento científico.

Dessa forma, conforme Lacerda (2022), o Instagram, por meio dos influenciadores digitais, auxilia no aparecimento e disseminação das dietas da moda associadas às soluções milagrosas, que induzem os indivíduos a perda de peso de forma rápida. Sendo assim, a alimentação, que antes era vista como uma necessidade humana, passa a ser uma fonte de insatisfação e ansiedade.

“A dieta vem sendo vendida como a solução para a necessidade de emagrecer. Sempre ouvimos dizer que se fizermos dieta, perderemos peso. Se você não consegue, é porque não está seguindo a dieta corretamente, não tem autocontrole e é incapaz” (Ogden, 1996, p. 46).

Assim, de acordo com a Subsecretaria de Segurança Alimentar e Nutricional (2021), “[...] chegamos ao ponto em que as pessoas têm medo da comida e não conseguem mais ter prazer ao sentar pra comer, porque estes momentos sempre trazem muita ansiedade, frustração, sentimento de incapacidade e culpa.” Reforçando o conceito do terrorismo nutricional, que ao propagar informações distorcidas dos alimentos, acabam reafirmando os sentimentos citados acima.

Em concordância com o que foi supracitado, Esteves *et al.* (2022), realizaram uma pesquisa com 88 mulheres, utilizando questionários online, para analisar a relação delas com a comida e como as mídias sociais podem interferir nessa relação (Figura 3), e uma grande parcela afirmou sentir-se bem pois não se deixa levar pelo terrorismo alimentar (39,9%), entretanto, a maioria delas relatou sentir culpa ao comer (44,2%) e medo de engordar (12,8%).



**Figura 3** - Percentual dos sentimentos das mulheres ao alimentar-se. **Fonte:** Esteves *et al.* (2022).

“Essa insatisfação permanente e a busca pela perda de peso e pelo corpo perfeito alimentam uma indústria mundial de bilhões de dólares, que a cada minuto produz uma novidade milagrosa para emagrecer ou para parecer mais jovem” (Deram, 2018, p. 94).

Essa obsessão com o corpo e com a comida pode fazer do cérebro um refém, de maneira que a pessoa só fica pensando nisso e deixa de viver uma vida tranquila. Comer não deveria ser uma tortura ou um estresse, e nem deveria ser motivo para causar mal-estar a ponto de algumas pessoas

sentirem urgência de encontrar alternativas purgativas ou de viver com sentimento de culpa (Deram, 2018).

Dado isso, o estudo acima demonstra como as mídias sociais podem alterar comportamentos e modificar o modo como as mulheres enxergam a alimentação e o ato de comer, reafirmando a consequência da demonização dos alimentos, gerada pelo terrorismo nutricional, que ocorre sobretudo nas redes sociais, como o Instagram.

## 1.2.TERRORISMO NUTRICIONAL NO INSTAGRAM: INFLUENCIADORES DIGITAIS

O Instagram, como sendo uma plataforma que possui um mecanismo facilitador de acesso e viralização, acaba se tornando o meio principal no qual as blogueiras, que geralmente não possuem embasamento científico nem formação na área da nutrição, compartilham suas rotinas alimentares “perfeitas” e dão dicas sobre os alimentos. Essas postagens vêm, frequentemente, acompanhadas de frases de efeito e fotos impactantes, que podem ser muito persuasivas e reforçam ideias equivocadas sobre a alimentação (Figura 4).



**Figura 4** - Frases utilizadas para demonizar os alimentos. **Fonte:** Instagram (2024).

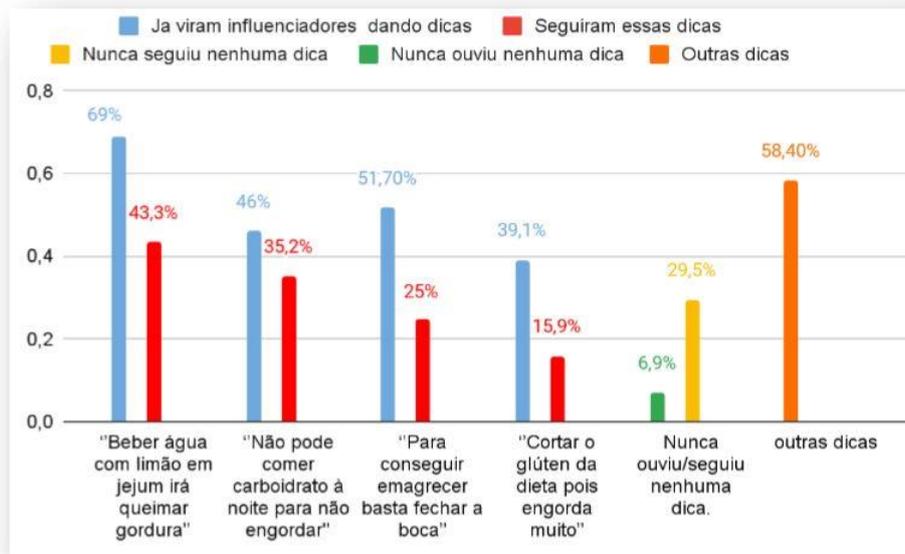
As mudanças nos hábitos alimentares, causadas por palavras vindas do conhecimento popular, sem comprovações científicas ou ditas por influenciadores, quando feitas irresponsavelmente, possui o potencial de acarretar numerosos malefícios, propiciando a perda de prazer e o sentimento de culpa ou medo no momento de se alimentar, que juntos provocam possíveis transtornos alimentares (Esteves *et al.*, 2022).

Conforme Deram (2018), no atual discurso nutricional popular, muitos alimentos são demonizados, como, por exemplo, manteiga, doces, carboidratos, gorduras no geral e até frutas. E, dependendo da moda da vez, existem os alimentos venerados, perfeitos e que devem ser consumidos, como, por exemplo, chia, quinoa, sal do Himalaia, óleo de coco, entre outros.

As dicas que você recebe da mídia, do médico ou da nutricionista, da academia, da amiga ou vizinha se confundem e, às vezes, são contraditórias. [...] O tempo todo você é avisado de que precisa controlar a alimentação, decretar guerra ao açúcar, ao glúten, à lactose, e tudo isso cercado de produtos muito gostosos, mas que você não deve comer porque supostamente engordam ou fazem mal (Deram, 2018, p. 35).

De acordo com Deram (2018), somos atacados todos os dias por informações assustadoras sobre o que comer e o que não comer, e ao mesmo tempo bombardeados por uma publicidade pesada de alimentos muito atrativos e palatáveis, aumentando nossa ansiedade sobre o que comer. “Infelizmente, os conselhos conflitantes, a falsa dicotomia dos alimentos “bons e ruins” e a crença de que tudo se resume a calorias – entre outros mitos – resultaram numa relação difícil com a alimentação” (Deram, 2018, p. 24).

A exemplo, Esteves *et al.* (2022), fizeram uma entrevista com algumas mulheres, com o intuito de ver quais dicas alimentares dos influenciadores foram vistas e/ou seguidas por essas mulheres (figura 5). Esse estudo de caso teve como objetivo investigar o impacto desses influenciadores no comportamento alimentar de mulheres.



**Figura 5** - Percentual de dicas de influenciadores que já foram vistas e/ou seguidas pelas mulheres. **Fonte:** Esteves *et al.* (2022).

Tendo como base os resultados da pesquisa apresentada acima, nota-se que grande parte do conhecimento de alimentação das mulheres é adquirido através das mídias sociais, por influenciadores digitais, que em sua maioria não possuem formação profissional na área de nutrição, gerando consequências para essas mulheres, que são mentalmente mais afetadas por esses conteúdos. Segundo Esteves *et al.* (2022), a insatisfação corporal advinda da comparação nas mídias sociais e o sentimento de angústia por não alcançar os padrões irreais dos corpos compartilhados, reafirmam os efeitos negativos e prejudiciais que podem ser provocados nos hábitos alimentares com a tentativa de perder peso e alcançar o objetivo corporal.

Atrelado a isso, a indústria alimentícia e os influenciadores digitais são beneficiados em detrimento do processo de doença que se instala na sociedade. Conforme Jacob (2014), alimentação e saúde estão intrinsecamente ligadas, e a indústria de alimentação tem ciência disso, visto que ela utiliza esse benefício para propagar o marketing em torno de termos como “alimentos funcionais” para vender e criar marcas que possam dominar o mercado:

A indústria do emagrecimento também apresenta a dieta como forma de modificar sua vida. As histórias de sucesso, as promessas de satisfação futura e a constante correlação de magreza com felicidade promovem a ideia de que para ser feliz é preciso ser magra, e que fazer dieta é o caminho para a felicidade (Ogden, 1996, p.82).

Ainda seguindo a ideologia de Ogden (1996), a indústria também explora a insatisfação das mulheres com seus corpos, ao tratar seu problema imaginado como problema real e ao se oferecer

para solucioná-lo, sendo que ela é também a responsável pela criação desse problema. “Trata-se da indústria perfeita: ao criar um mercado para si mesma, ela se certifica de que as mulheres continuarão a se sentir gordas e continuarão a sustentá-la” (Ogden, 1996, p. 83).

Com isso, os criadores de conteúdo juntamente com a indústria alimentícia se aproveitam dessa vulnerabilidade para vender produtos, cursos, *ebooks* de dietas, suplementos alimentares, remédios emagrecedores e dentre outros, justamente porque essas mulheres, ao consumir conteúdos que trazem certa esperança de alcançar o corpo dos sonhos, estão mais suscetíveis a seguir essas dicas, visto que são as mais afetadas pela pressão estética, o que pode levar ao aparecimento de transtornos alimentares.

## **2. TRANSTORNOS ALIMENTARES: IMPOSIÇÃO DE PADRÕES NAS MÍDIAS SOCIAIS E SUA INFLUÊNCIA NOS COMPORTAMENTOS ALIMENTARES DAS MULHERES**

Segundo a Universidade Federal de Minas Gerais (2016), a busca pelo emagrecimento é um dos temas mais discutidos na mídia, e não apenas pela interferência na saúde das pessoas, mas também pelo culto à beleza e ao status adquirido com o “corpo fitness”. Muitas vezes, a busca por esse corpo “ideal” passa a ser uma necessidade, tendo em vista a pressão para se encaixar nos padrões de beleza, e as mulheres, sem dúvidas, são as mais afetadas:

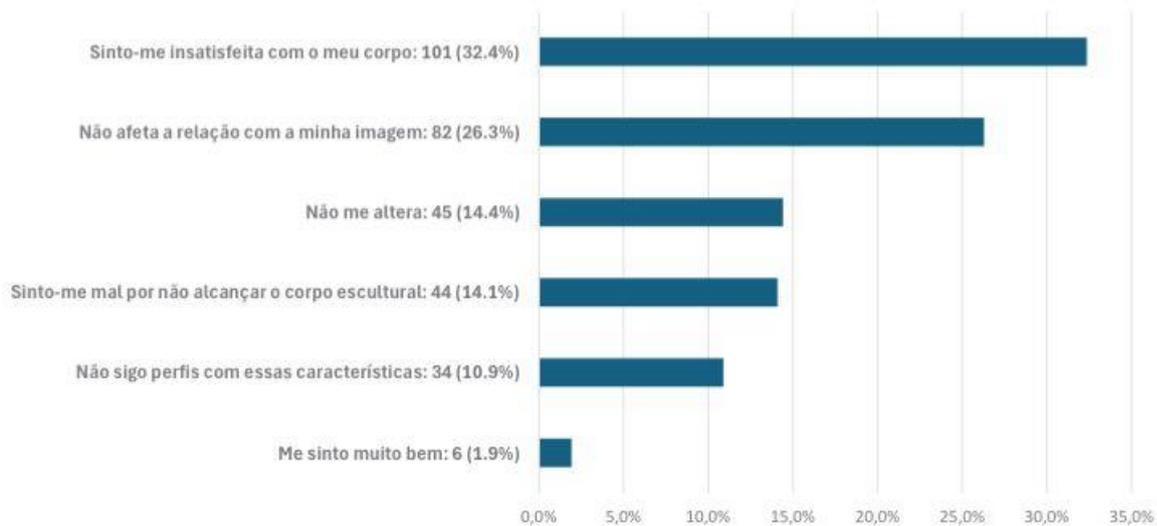
A sociedade exerce pressão sobre as mulheres para que sejam magras, e a própria ideia de magreza está "emagrecendo". A maioria se sente gorda, mas objetivamente não está acima do peso. Elas têm um problema com seu peso percebido, e não com o peso real, porém a indústria do emagrecimento trata essa percepção como um fato. "Estou me sentindo gorda" é traduzido por "estou gorda", e é onde entra a indústria, oferecendo a solução (Ogden, 1996, p.79).

Todo este cenário, associado à rapidez de circulação das informações provoca o crescimento de transtornos alimentares, que, segundo o Ministério da Saúde (2022), “são condições psiquiátricas caracterizadas por alterações persistentes nas refeições ou em comportamentos relacionados aos hábitos alimentares”.

Em síntese, as mídias sociais, através de influenciadores, têm um papel fundamental no crescimento desses distúrbios, pelo bombardeamento de fotos editadas, informações que demonizam alimentos e incentivam a padronização dos corpos, venda de dietas milagrosas, e a promoção de produtos que prometem soluções rápidas. Tudo isso colabora para a construção e moldagem de comportamentos que alteram o estilo de vida e a forma dessas mulheres se enxergarem, levando a um

relacionamento negativo com a comida, rodeado de medo e aflição, que pode, a curto prazo, resultar na distorção da autoimagem corporal.

Como exemplo do que foi exposto, Luz *et al.* (2024), realizaram entrevistas com 312 mulheres que utilizam redes sociais, no qual fizeram uso de questionários online para coletar dados sobre as percepções das mulheres diante da exposição de corpos esculturais nas redes sociais e como elas se sentem frente a isso. (Figura 6).



**Figura 6** - Sentimento das mulheres ao ver corpos esculturais nas redes sociais. **Fonte:** Luz *et al.* (2024).

Diante do exposto, podemos perceber que a maioria das mulheres entrevistadas apresentam insatisfação com o próprio corpo. Considerando os corpos esculturais expostos nas redes sociais, 46,5% das entrevistadas apresentaram sentimento negativos, 32,4% das mulheres relataram sentimento de insatisfação corporal e 14,1% relataram sentir-se mal por não alcançarem o corpo escultural. Apenas 14,4% disseram não se afetar com o exposto nas mídias. Com isso, o compartilhamento de imagens de corpos “perfeitos” nas redes sociais gera uma pressão sociocultural que facilita a construção da insatisfação corporal nas mulheres, segundo Luz *et al.* (2024).

A mídia se torna um fator determinante para a aquisição de transtornos alimentares, pois a mesma viabiliza a idealização de padrões e atitudes necessárias para alcançar o sucesso e, simultaneamente, quem não se enquadra nesses modelos, reflexamente está fora do padrão instituído. Esse mecanismo gera insatisfação com a imagem corporal e rejeição à singularidade (Lopes; Trajano, 2021).

Sendo assim, apesar das mídias sociais serem veículos de comunicação que colaboram para a disseminação de informações verídicas e facilitadoras do cotidiano, também podem apresentar riscos graves, em especial para a saúde mental e, conseqüentemente, física das mulheres. A comparação, associada às informações sem embasamento científico, podem afetar diretamente a relação com a comida e acessar gatilhos que poderão gerar efeitos negativos para a saúde, como o desenvolvimento de transtornos alimentares, como a ortorexia nervosa, bulimia nervosa ou anorexia nervosa, que são caracterizados, respectivamente, como a obsessão por alimentos biologicamente puros, compulsão periódica de alimentos com estratégias para “eliminar” tudo que foi ingerido, e restrição alimentar exagerada para atingir o corpo magro “perfeito”.

[...] A mídia em suas variadas formas passa mensagens relacionadas ao que é belo para sociedade priorizando a estética corporal com o objetivo de tornar as pessoas ainda mais consumistas de produtos e da moda, desconsiderando a individualidade fisiológica e corporal das pessoas tornando a beleza natural como algo obsoleto, gerando nas pessoas sentimento de insatisfação de sua imagem corporal. Esse padrão idealizado é um dos fatores culturais que contribui para o desenvolvimento de alguns tipos de transtornos, principalmente quando há validação social no padrão estético vigente, e a autoimagem corporal distorcida, torna-se o aspecto central do transtorno alimentar (Rodrigues, 2019, p. 41).

Continuamente, para Rodrigues (2019), a relação com a imagem corporal negativa faz com que o indivíduo passe a seguir comportamentos e estilos de vida de outras pessoas. A excessiva preocupação em relação às medidas corporais faz os indivíduos aderirem a dietas abusivas, o que podemos considerar um comportamento autodestrutivo e não saudável de controle de peso, que geram distúrbios como distorção cognitiva de avaliação ao corpo.

Destarte, o Conselho Federal de Nutrição (2020), recomenda a análise crítica sobre divulgações midiáticas tendentes a comprometer hábitos saudáveis relacionados ao que consumimos dentro e/ ou fora de casa, indo contra situações em que notícias falsas, irresponsáveis e nada criteriosas são compartilhadas desmedidamente, e que só colaboram para reforçar as estatísticas de pessoas com algum tipo de transtornos alimentares.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O terrorismo nutricional tornou-se um fenômeno de grande amplitude nas mídias sociais, especialmente no que diz respeito aos impactos na saúde mental e na percepção corporal das

mulheres. Os influenciadores digitais, juntamente com as empresas de marketing e a indústria alimentícia, criaram um ambiente no qual a alimentação é vista como algo ruim e que te impede de alcançar seus objetivos, entretanto, eles vendem soluções para os problemas que eles próprios desenvolveram, como a venda de *ebooks* alimentares, produtos “milagrosos”, dietas para emagrecimento rápido, e dentre outros, que se tornam um boom entre as mulheres. Esses conteúdos vêm recheados de demonização dos alimentos, pressões estéticas, imposição de padrões “ideais” do corpo e proibições na alimentação, que, entrelaçados, podem ocasionar em deturpações nos comportamentos alimentares.

Desse modo, o artigo analisou estudos que mostram como a disseminação de conteúdos alarmantes e extremistas sobre a alimentação nas mídias sociais, bem como a promoção de dietas restritivas, venda de corpos “perfeitos” e produtos para emagrecimento acelerado, podem gerar gatilhos nas mulheres, principalmente porque elas são as mais afetadas pela pressão estética, que colaboram para o aparecimento e manutenção dos transtornos alimentares.

O presente estudo não conseguiu chegar a uma resposta definitiva sobre a temática, visto que as limitações de dados específicos sobre terrorismo nutricional e transtornos alimentares em mulheres revelou-se como um problema na obtenção de resultados precisos, mas teve como ideia central analisar como esse terrorismo nutricional propagado nas mídias sociais se tornou um fator preocupante na sociedade, tendo em vista os modismos alimentares deturpados e a pressão estética em torno de padrões corporais idealizados.

Devido ao mencionado anteriormente, ficaram algumas lacunas em aberto. Portanto, com a produção deste trabalho, espera-se uma motivação do campo científico para produzir mais conhecimento sobre o tema, em virtude da escassez de estudos sobre a temática e da importância do debate desse assunto na sociedade, diante dos gradativos conteúdos distorcidos sobre a alimentação que se mostram graves influenciadores na relação do indivíduo com o alimento, que podem ocasionar em problemas mais graves, como os transtornos alimentares.

## REFERÊNCIAS

ALEXIM, Jonathan. **Terrorismo nutricional: o medo de comer**. 1.ed. [S. L.]: Amazon Digital Services LLC - KDP Print US, 2020.

CHAUD, Daniela Maria Alves.; MARCHIONI, Dirce Maria Lobo. Nutrição e mídia: uma combinação às vezes indigesta. **Higiene Alimentar**, São Paulo, v.18, n.116-117, p. 18-22, jan. 2004.

CLEMENTI, Juliana Augusto.; SANTOS, Fernanda dos.; FREIRE, Patricia de Sá.; BASTOS, Lia Caetano. Mídias sociais e redes sociais: conceitos e características. **Anais do Seminário Universidades Corporativas e Escolas de Governo (SUCEG)**, Florianópolis, v. 1, n. 1. 2017. Disponível em: <https://anais.suceg.ufsc.br/index.php/suceg/article/view/80/33>. Acesso em: 05 de nov de 2024.

CONSELHO FEDERAL DE NUTRIÇÃO (CFN). **Transtornos alimentares são fatores de risco ao suicídio**. [2020]. Disponível em: <https://www.cfn.org.br/index.php/noticias/transtornos-alimentares-sao-fatores-de-risco-ao-suicidio/>. Acesso em: 05 de nov de 2024.

DERAM, Sophie. **O peso das dietas: emagreça de forma sustentável dizendo não às dietas**. 1. ed. Rio de Janeiro, RJ: Sextante, 2018.

ESTEVES, Nathalia Oliveira.; VERAS, Rebeca de Souza.; SANTOS, Ana Cristina de Castro Pereira. Redes Sociais: O impacto de influenciadores brasileiros no comportamento alimentar de mulheres. **Research, Society and Development**, [S. L], v. 11, n. 8, p. e49111831313. 2022. DOI: 10.33448/rsd-v11i8.31313. Disponível em: <https://rsdjournal.org/index.php/rsd/article/view/31313>. Acesso em: 06 de nov de 2024.

GASPARATTO, Ana Paula Gilio.; FREITAS, Cinthia Obladen de Almendra.; EFING, Antônio Carlos. Responsabilidade civil dos influenciadores digitais. **Revista Jurídica Cesumar**, [S. L], v. 19, n. 1, p. 65-87, jan.-abr. 2019. DOI: 10.17765/2176-9184.2019v19n1p65-87. Disponível em: <https://periodicos.unicesumar.edu.br/index.php/revjuridica/article/view/6493>. Acesso em: 20 de nov de 2024.

GLORIA, Nathalie Fonseca; CARVALHO, Maria Cláudia da Veiga Soares; SEIXAS, Cristiane Marques; BARCELLOS, Daniela Menezes Neiva. Nutricionismo, postagens e celebridades: o que o oráculo nos diz para comer?. **Revista Eletrônica de Comunicação, Informação & Inovação em Saúde**, [S. L.], v. 15, n. 3, p. 636-647, jul.-set. 2021. DOI: 10.29397/reciis.v15i3.2286. Disponível em: <https://www.reciis.icict.fiocruz.br/index.php/reciis/article/view/2286>. Acesso em: 14 de nov de 2024.

JACOB, Helena. Redes sociais, mulheres e corpo: um estudo da linguagem fitness na rede social Instagram. **Revista Comunicare – Dossiê Feminismo**. v.14, n. 1, p. 88 – 105. 2014.

LACERDA, Nayara Teófilo. **Influência dos influenciadores digitais na promoção das dietas restritivas e suas consequências**. 2022. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Nutrição) - Faculdade Anhanguera, Teixeira de Freitas, 2022.

LOPES, Paula Alvim.; TRAJANO, Larissa Alexsandra da Silva Neto. Influência da mídia nos Transtornos Alimentares em adolescentes: revisão de literatura. **Research, Society and Development**, [S. L], v. 10, n. 1, p. e20910111649. 2021. DOI: 10.33448/rsd-v10i1.11649. Disponível em: <https://rsdjournal.org/index.php/rsd/article/view/11649>. Acesso em: 06 de nov de 2024.

LUZ, Michele Borges da.; REIS, Julia Novais.; PEREIRA, Sonia Maria Soares Rodrigues.; FRANGELLA, Vera Silvia. Influência das redes sociais no comportamento alimentar de mulheres adultas: um estudo observacional. **O Mundo da Saúde**, São Paulo, v. 48. 2024. DOI: 10.15343/0104-7809.202448e15852024P. Disponível em: <https://revistamundodasaude.emnuvens.com.br/mundodasaude/article/view/1585>. Acesso em: 5 dec. 2024.

MINISTÉRIO DA SAÚDE. **Mais de 70 milhões de pessoas no mundo possuem algum distúrbio alimentar**. [2022]. Disponível em: <https://www.gov.br/saude/pt-br/assuntos/noticias/2022/setembro/mais-de-70-milhoes-de-pessoas-no-mundo-possuem-algum-disturbio-alimentar>. Acesso em: 15 de nov de 2024

NESPOLI, Natália Salviato.; NOVAES, Joana de Vilhena.; ROSA, Carlos Mendes. O corpo na cultura: obesidade como doença, biopolítica e normatização. **Desafios - Revista Interdisciplinar da Universidade Federal do Tocantins**, [S. L.], v. 1, n. 2, p. 149- 168, jan- jun. 2015. DOI: 10.20873/uft.2359-3652.2015v1n2p149. Disponível em: <https://sistemas.uft.edu.br/periodicos/index.php/desafios/article/view/1473> . Acesso em: 22 de nov de 2024.

OGDEN, Jane. **A vez do Gordo? Desfazendo o mito da dieta**. 1. ed. Rio de Janeiro: Imago, 1996.

RODRIGUES, Daniela da Silva de Souza. **A influência das mídias na autoimagem da mulher**. 2019. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Psicologia) - Universidade do Extremo Sul Catarinense, Criciúma, 2019.

ROTHER, Edna Terezinha. Revisão sistemática X revisão narrativa. **Acta Paulista de Enfermagem**, [S. L.], v. 20, n. 7. 2007. DOI: <https://doi.org/10.1590/S0103-21002007000200001>. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ape/a/z7zZ4Z4GwYV6FR7S9FHTByr/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 04 de dez de 2024.

SCRINIS, Gyorgy. **Nutricionismo: a ciência e a política do aconselhamento nutricional**. 1. ed. São Paulo: Elefante, 2021.

SILVA, Ana Flávia de Sousa.; NEVES, Letícia dos Santos.; JAPUR, Camila Cremozeni.; PENAFORTE, Thais Rodrigues.; PENAFORTE, Fernanda Rodrigues de Oliveira. Construção imagético-discursiva da beleza corporal em mídias sociais: repercussões na percepção sobre o corpo e o comer dos seguidores. **DEMETRA: Alimentação, Nutrição & Saúde**, [S. L.], v. 13, n. 2, p. 395–411. 2018. DOI: <https://doi.org/10.12957/demetra.2018.33305>. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/demetra/article/view/33305>. Acesso em: 16 de nov. de 2024

SUBSECRETARIA DE SEGURANÇA ALIMENTAR E NUTRICIONAL (SUSAN). **Terrorismo Nutricional**. Belo Horizonte, [2021]. Disponível em: [https://prefeitura.pbh.gov.br/sites/default/files/estrutura-de-governo/smasac/2021/SUSAN/susan\\_ean\\_nutri-informa-10.terrorismo-nutricional.pdf](https://prefeitura.pbh.gov.br/sites/default/files/estrutura-de-governo/smasac/2021/SUSAN/susan_ean_nutri-informa-10.terrorismo-nutricional.pdf). Acesso em: 19 de nov de 2024.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS. **Desmistificando dúvidas sobre alimentação e nutrição: Material de apoio para profissionais de saúde**. Belo Horizonte, 2016. Disponível em: [https://bvsmms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/desmistificando\\_duvidas\\_sobre\\_alimenta%C3%A7%C3%A3o\\_nutricao.pdf](https://bvsmms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/desmistificando_duvidas_sobre_alimenta%C3%A7%C3%A3o_nutricao.pdf). Acesso em: 22 de nov. de 2024.